



Colección
Textos Universitarios

Lecciones de periodismo televisivo

Julio Estremadoyro Alegre



Pontificia Universidad Católica del Perú
Fondo Editorial 2004

COLECCIÓN TEXTOS UNIVERSITARIOS
Pontificia Universidad Católica del Perú
Fondo Editorial 2004

Lecciones de periodismo televisivo



Colección
Textos Universitarios

Lecciones de periodismo televisivo

Julio Estremadoyro Alegre



Pontificia Universidad Católica del Perú
Fondo Editorial 2004

Lecciones de periodismo televisivo

Primera edición: abril 2004

Tiraje: 500 ejemplares

© 2004, Julio Estremadoyro Alegre

© 2004 de esta edición por Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú
Plaza Francia 1164, Cercado de Lima – Perú
Telefax: 330-7405; 330-7410; 330-7411
Correo electrónico: feditor@pucp.edu.pe

Prohibida la reproducción de este libro por cualquier medio,
total o parcialmente, sin permiso expreso de los editores.

Derechos Reservados

ISBN: 9972-42-633-5

Hecho el Depósito Legal: 1501162004-2024

Impreso en el Perú – Printed in Peru

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
PRIMERA UNIDAD DE APRENDIZAJE:	
LA NOTICIA EN LA TELEVISIÓN	21
Sumario y objetivo	22
LECCIÓN Nº 1: ORÍGENES DE LA COMUNICACIÓN	23
Objetivos:	
1. Hace un millón de años	23
2. Tipos de comunicación	24
3. Las grandes metas de la comunicación humana	29
LECCIÓN Nº 2: DINÁMICA DE LA COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	31
Objetivos:	
1. Los cuatro elementos básicos	31
2. Lenguajes de la comunicación periodística	33
LECCIÓN Nº 3: TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA NOTICIA Y LA INFORMACIÓN	35
Objetivos:	
1. Criterios profesionales	35
2. No hay noticias buenas ni malas	37
3. El sentido de la noticia	38
4. Los tres requisitos indispensables	39
Glosario	45
Cuestionario de revisión	46
SEGUNDA UNIDAD DE APRENDIZAJE:	
INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE TELEVISIVO	47
Sumario y objetivo	48
LECCIÓN Nº 1: BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN	49
Objetivos:	
1. Creación de varios	49
2. La televisión en el Perú	52
3. La operación televisiva	53

LECCIÓN Nº 2: CONCEPTOS BÁSICOS DEL MEDIO TELEVISIVO	57
Objetivos:	
1. Un estilo diferente	57
2. Conceptos técnicos fundamentales	58
3. Nueva generación de equipos	62
4. Técnicas cinematográficas	65
LECCIÓN Nº 3: TECNOLOGÍA APLICADA EN LA LABOR PERIODÍSTICA	71
Objetivos:	
1. Técnicas para captar el video	71
2. La iluminación	72
3. El sonido	73
Glosario	75
Cuestionario de revisión	80
TERCERA UNIDAD DE APRENDIZAJE	
LA GESTIÓN PERIODÍSTICA EN LA TELEVISIÓN	81
Sumario y objetivo	82
LECCIÓN Nº 1: PRINCIPIOS Y GENERALIDADES DEL PERIODISMO TELEVISIVO	83
Objetivos:	
1. La complejidad del periodismo de TV	83
2. Los cinco criterios básicos	85
LECCIÓN Nº 2: LA DINÁMICA DE LA BÚSQUEDA INFORMATIVA	87
Objetivos:	
1. Las tres etapas	87
2. El cuadro de comisiones	87
3. Los jefes de Informaciones	88
LECCIÓN Nº 3: LA ACCIÓN REPORTERIL EN LA TELEVISIÓN	91
Objetivos:	
1. El reportero de televisión	91
2. Exigencias televisivas	96
3. Técnicas reporteriles	98
4. Recursos reporteriles	108
Glosario	110
Cuestionario de revisión	112
CUARTA UNIDAD DE APRENDIZAJE:	
LA INFORMACIÓN TELEVISIVA	113
Sumario y objetivo	114
LECCIÓN Nº 1: FUNDAMENTOS DE LA INFORMACIÓN TELEVISIVA	115
Objetivos:	
1. Información para todos los públicos	115
2. Redacción de textos para la TV	117

LECCIÓN Nº 2: TÉCNICA DE LOS INFORMES TELEVISIVOS	123
Objetivos:	
1. Modalidades de los informes	123
2. La carilla y la graficación	125
LECCIÓN Nº 3: LA INFORMACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL	129
Objetivos:	
1. La cobertura nacional	129
2. La cobertura internacional	131
Glosario	134
Cuestionario de revisión	135
QUINTA UNIDAD DE APRENDIZAJE	
EL NOTICIERO DE TELEVISIÓN	137
Sumario y objetivo	138
LECCIÓN Nº 1: DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL NOTICIERO	139
Objetivos:	
1. Un programa de televisión	139
2. Un espectáculo informativo	141
3. Características generales	141
LECCIÓN Nº 2: ORGANIZACIÓN Y PERSONAL DE UN NOTICIERO	145
Objetivos:	
1. Tres especialidades	145
2. La importancia del director	148
LECCIÓN Nº 3: EL MATERIAL INFORMATIVO DE UN NOTICIERO	151
Objetivos:	
1. Información muy selectiva	151
2. Cinco orígenes	152
Glosario	153
Cuestionario de revisión	154
SEXTA UNIDAD DE APRENDIZAJE	
ELABORACIÓN DEL NOTICIERO	155
Sumario y objetivo	156
LECCIÓN Nº 1: CALIFICACIÓN Y SELECCIÓN DEL MATERIAL DISPONIBLE ..	157
Objetivos:	
1. Saber con qué material se cuenta	157
2. Determinación del contenido informativo	158
LECCIÓN Nº 2: EDICIÓN DE IMÁGENES Y AUDIO	159
Objetivos:	
1. Como un trabajo de orfebrería	159
2. Clasificaciones en edición	160
3. Islas de edición	161
4. Exigencias periodísticas y técnicas	162

LECCIÓN Nº 3: REDACCIÓN DEL LIBRETO DEL PROGRAMA	169
Objetivos:	
1. Estilo y normas diferentes	169
2. Formatos de redacción televisiva	172
LECCIÓN Nº 4: DISTRIBUCIÓN Y MODULACIÓN DE LAS NOTAS	175
Objetivos:	
1. Modulación del programa	175
2. Criterios para la agrupación de las notas	176
LECCIÓN Nº 5: LA NARRACIÓN DEL NOTICIERO	181
Objetivos:	
1. Aspecto importante, pero no decisivo	181
2. Tres clases de exigencias	182
LECCIÓN Nº 6: LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA	185
Objetivos:	
1. Un mayor impacto visual	185
Glosario	187
Cuestionario de revisión	191
SÉPTIMA UNIDAD DE APRENDIZAJE	
OTROS PROGRAMAS PERIODÍSTICOS	193
Sumario y objetivo	194
LECCIÓN Nº 1: DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES	195
Objetivos:	
1. Definición de programas periodísticos	195
2. Diferencias con el noticiero	195
LECCIÓN Nº 2: LOS PROGRAMAS POSPRODUCIDOS	197
Objetivos:	
1. La revista y el magazín	197
2. El reportaje y el documental	199
3. El repordrama y el docudrama	216
LECCIÓN Nº 3: LOS PROGRAMAS DE CONVERSACIÓN	219
Objetivos:	
1. La atracción es la palabra	219
2. El <i>talk show</i>	220
3. El <i>reality show</i>	220
4. El panel	222
5. Los debates	223
6. Las entrevistas	226
Glosario	231
Cuestionario de revisión	232

OCTAVA UNIDAD DE APRENDIZAJE	
LOS ADELANTOS TECNOLÓGICOS	233
Sumario y objetivo	234
LECCIÓN Nº 1: SATÉLITES DE COMUNICACIONES, FIBRA ÓPTICA Y TELEFONÍA CELULAR	235
Objetivos:	
1. Los satélites de comunicaciones	235
2. La fibra óptica	238
3. La telefonía celular	239
LECCIÓN Nº 2: INTERNET Y EL CIBERESPACIO	241
Objetivos:	
1. Cómo nació internet	241
2. El ciberespacio	242
LECCIÓN Nº 3: LA DIGITALIZACIÓN	243
Objetivos:	
1. Ceros y unos	243
2. Bits y bytes	243
3. El cuadro binario	245
LECCIÓN Nº 4: LA TELEVISIÓN DEL FUTURO	248
Objetivos:	
1. La televisión digital	249
2. Televisión de alta definición	251
Glosario	252
Cuestionario de revisión	255
BIBLIOGRAFÍA	257
ANEXOS	267

INTRODUCCIÓN

Cuando, en 1965, ingresé a Panamericana Televisión, fue por un compromiso de solo tres meses... que se prolongó por 32 años. Yo había trabajado en dos diarios durante una década. Mi capacitación profesional era la del periodismo escrito, y no sabía nada de los secretos del periodismo televisivo. En mi época no había ningún lugar donde estudiar la entonces novísima especialidad. Todo hubo que aprenderlo día a día, superando dificultades y sacando provecho de las experiencias diarias, muchas veces desalentadoras.

Mi adaptación al medio televisivo se facilitó por tres razones: a) en el periodismo escrito había desarrollado un aceptable *sentido de la noticia*, exigencia indispensable y hasta eliminatoria para ejercer la profesión periodística; b) no me fue difícil acostumbrarme a *pensar en imágenes*, única manera de encarar debidamente las características singulares de la imagen, el sonido y el movimiento, elementos del lenguaje televisivo; y c) un responsable comportamiento en el desempeño de mis labores.

Muchos distinguidos colegas de los medios escritos y radiales que han intentado trabajar en televisión se han retirado porque no pudieron adaptarse a las exigencias de este medio electrónico, tan singular y diferente.

Cada día de los 32 años que me desempeñé en la televisión, siempre en cargos de la máxima responsabilidad periodística, estuvo caracterizado por un indesmayable afán de aprendizaje y enormes deseos de superación. Aprendí no solo en la autocrítica de la gestión diaria, sino también con la asistencia a numerosas reuniones periódicas en diferentes países con desarrollos televisivos muy destacados, a lo que se sumó una permanente observación y análisis de lo

que se hacía en la competencia y, cuando la maravilla del satélite fue una realidad, el estudio de los detalles de la creación periodística en las televisoras del mundo.

Desde luego, no descuidamos la adquisición de mucho material escrito que me permitió confirmar los aspectos teóricos con la experiencia práctica, aunque algunas veces consideramos que muchos detalles de nuestra labor no estaban planteados ni tratados en los libros. En otras palabras, que lo que hacíamos superaba o escapaba a los conceptos expuestos en ellos.

En estos 32 años tuve la satisfacción profesional de participar en la creación de varios programas, algunos con éxitos de sintonía no superados, y de hacer realidad muchos proyectos ambiciosos. También, de haber contribuido en la formación de decenas de colegas, varios de ellos ahora con figuración estelar, y de haber establecido sistemas, procedimientos y nomenclaturas de trabajo respetados en el extranjero y extendidos y aplicados en nuestro medio.

Cuando comencé a enseñar en las universidades, comprendí que había que estructurar un curso que permitiese que los alumnos aprendiesen en pocos meses lo que a mí me había demandado más de treinta años. Vale decir, divulgar la experiencia lograda en la realización de unos diez mil programas entre noticieros, revistas, magazines, paneles, debates y producciones especiales.

Estas lecciones de periodismo televisivo son el resultado de esa experiencia. Su primer esbozo ocurrió hace diez años. En esta década el proyecto ha ido plasmándose, sobre todo a partir de mi retiro de la actividad televisiva en 1997, lo que me otorgó más tiempo y perspectiva para culminar el empeño.

La actividad académica me ha exigido mantenerme actualizado. Enseñar es una excelente manera de seguir aprendiendo; de captar nuevas experiencias por medio del análisis y la observación crítica de lo que se hace en la televisión; de leer las últimas novedades en revistas, diarios y libros; de escribir artículos para diversas publicaciones; de realizar investigaciones; de participar en seminarios y conferencias.

La docencia en tres universidades me confiere el orgullo de comprobar que un número significativo de alumnos destacados están obteniendo éxito en la actividad profesional, algo muy meritorio si se considera que la situación de los canales hace muy difícil el ingreso en ellos.

DE LA PELÍCULA AL VIDEO DIGITAL

Desde 1965 he sido testigo de primera fila de lo que se ha llamado la revolución tecnológica. En esa lejana fecha, en la televisión se trabajaba con cámaras filmadoras, algunas sin posibilidad de captar el sonido. La película utilizada en las filmaciones tenía que someterse a un largo y tedioso proceso en los laboratorios de revelado y positivado. La edición se hacía en las *moviolas*, cortando las secuencias escogidas de las películas para su pegado en el montaje definitivo para su uso en los programas.

Se comprenderá la revolución que causó en el periodismo televisivo la invención de las videocintas y de las cámaras correspondientes, en especial de las *camcorders*. Con ellas fue posible el empleo inmediato de las imágenes de los sucesos, sin la demora de ningún laboratorio. Fue como, en la aviación, pasar de los aviones de hélice a los *jets*. Además, el videocasete podía ser regrabado muchas veces, con lo que hubo una indudable economía en los gastos de las empresas.

La invención de la videocinta se produjo cuando otros genios de la tecnología inventaban los satélites de comunicaciones, que hicieron posible la comunicación global e inmediata de los sucesos ocurridos en cualquier punto de la Tierra. Al respecto, tuve el privilegio de integrar el grupo de periodistas y *broadcasters* que hizo realidad el primer uso del satélite de comunicaciones para un servicio de noticias diario entre América y Europa. Fuimos los pioneros de algo que ahora es muy común.

En resumen, mi trayectoria en la televisión comenzó con la película y ha culminado con los equipos digitales, verdaderas maravillas tecnológicas que están originando una nueva revolución en el desarrollo de la comunicación humana.

Trabajar en la televisión es practicar el periodismo más difícil y complejo. Pero, al mismo tiempo, este es el periodismo de más impacto y mayor alcance, por lo que se convierte en el medio más tentador para los gobiernos y los políticos. Lo ocurrido en nuestro país en la década de los noventa así lo demuestra.

Un experto en el tema declaró: «Hoy en día quien pone las ideas en la opinión pública es el formato televisivo. Y si uno no sabe comunicarse por televisión en política, *está hecho*. No tiene posibilidad de generar simpatía y de que lo comprendan. Es la cultura de la imagen, y en ella hay que moverse».

Trabajar en televisión es estar totalmente convencido de que su información es sobre todo imagen y sonido. Por ello, todo lo que se escriba o informe tiene que estar al servicio de esas características del lenguaje televisivo. La información debe corresponder con —y complementar— lo que muestran las imágenes, las que no se deben describir, porque el televidente las está viendo en su televisor. Son estas características las que diferencian categóricamente el tratamiento informativo de la televisión de los tratamientos de los otros medios. Por trabajar con la imagen y el sonido, el periodista de televisión tiene retos más difíciles que sus colegas de otras manifestaciones periodísticas.

La necesidad de capturar los sucesos con imágenes y sonidos ocasiona que la labor informativa en la televisión sea un operativo tecnológico complejo. Para hacerlo hay que movilizar por lo menos un equipo mínimo: reportero, camarógrafo y ayudante, con elementos tecnológicos propios de la televisión (cámara, luces, micrófonos, etcétera), en las tareas menos complicadas. Cuando se trata de transmisiones en vivo y en directo se tiene que utilizar elementos más sofisticados, como microondas y hasta los novísimos *fly away*, que permiten enviar la señal directamente a un satélite de comunicaciones desde el mismo lugar de los hechos.

En este tipo de coberturas intervienen no solo periodistas, sino también técnicos, expertos en la instalación y operación de equipos de última y delicada tecnología.

Por lo dicho, para ser eficiente y competitivo en su medio, el periodista televisivo debe convertirse, prácticamente, en un tecnólogo; es decir, en alguien capaz de conocer la tecnología que emplea y necesita, no tanto como los ingenieros especialistas, pero muchísimo más que el común de la gente. Sin embargo, esa necesidad del recurso tecnológico no debe invertir la importancia de los roles. *La tecnología debe estar al servicio del periodista, y no al revés.*

UN ESTILO PROPIO, DISTINTO

Por otra parte, lo que se diga o narre debe hacerse en un estilo propio, distinto del practicado en los otros medios. Se ha demostrado que el estilo que se utiliza en una conversación es el más apropiado para los medios audiovisuales. Las frases que se usan en una conversación son sencillas, familiares y directas, lo que es ideal para la información televisiva. Se entiende por estilo *conversado*

aquel que utiliza una persona culta cuando habla. No debe tener una gramática pobre, ni una construcción incorrecta; tiene que evitar las expresiones vulgares o demasiado coloquiales. Para ser más precisos, el periodista televisivo tiene que redactar la noticia de la misma manera como la contaría a una persona interesada en ella. En un diario es común escuchar al jefe de Informaciones decirle a un redactor que pretende contarle una noticia: «No me lo digas, escríbelo». En televisión se debe escuchar: «No lo escribas, dilo».

A diferencia de los otros medios tradicionales, la televisión exige de sus periodistas condiciones naturales y formales que casi no tendrían trascendencia en esos medios. Un periodista de televisión no solo debe tener sólida preparación periodística, sino que ha de mostrar también personalidad telegénica, tener voz aceptable y dicción perfecta. Debe conducirse con naturalidad, mostrar gestos elegantes, vestir apropiadamente. Un periodista con ostensibles defectos físicos que distraigan la atención del televidente no tiene futuro en este medio. Y esto, como se ha indicado reiteradamente, porque televisión es imagen y sonido.

Estas lecciones pretenden introducir a los alumnos en el mundo tecnológico y periodístico de la televisión, con la finalidad de comprender y practicar los secretos esenciales del manejo del lenguaje de la imagen y el sonido, en su manifestación inicial que se plasma en el trabajo reporteril en el campo.

Los alumnos conocerán los principios periodísticos y técnicos que gobiernan la búsqueda informativa en un canal de televisión. Esta labor es básica para la realización y producción posteriores de noticieros y demás programas periodísticos.

EL SENTIDO DEL ESPECTÁCULO TELEVISIVO

Al respecto, no basta ser buen periodista para hacer noticieros y otros programas. Se requiere tener sentido del espectáculo televisivo. Muchos distinguidos colegas de otros medios que incursionaron en la televisión no tuvieron éxito, precisamente, por carecer de ese sentido del espectáculo que se logra aprovechando al máximo el lenguaje de la imagen, el sonido y el movimiento.

Muchos estudiosos critican al periodismo televisivo por buscar la espectacularidad, ser superficial e informar poco. Y lo hacen utilizando parámetros de medición inspirados en la prensa. Casi no se entiende ni se acepta que la televisión es una realidad diferente, que

el público televidente es distinto de los lectores de los diarios, que son cada vez menos lectores, cualitativa y cuantitativamente.

La televisión informativa enfrenta un reto permanente. Además de ser objetiva, veraz, imparcial, honesta y responsable, en cumplimiento de principios periodísticos fundamentales, debe ser *interesante*, capaz de captar la atención del televidente y mantenerla mientras dure el programa. Un televidente que se aburre con lo que ve y escucha cambia de canal o apaga el televisor. De ahí que los periodistas en la elaboración de sus notas, y los directores y editores en la realización de sus programas, no pueden eludir ese desafío. Una de las formas preferidas de ganar el interés de los televidentes es emocionarlos, hacerlos partícipes de los sucesos, conseguir ya sea su indignación, su alegría, su tristeza, su asombro, su entusiasmo, sus críticas, su solidaridad, según las noticias que se les proporcionen. La indiferente reacción del televidente es lo peor que le puede suceder a un programa periodístico. No tendrá futuro y desaparecerá del aire.

Sin embargo, hay que precisar que hacer periodismo televisivo interesante no quiere decir que se opte por un periodismo truculento, escandaloso e irresponsable. No quiere decir coberturas informativas que se solazan con la crudeza de las imágenes y la exaltación de la violencia, en todas sus formas. No quiere decir difamar, invadir la vida privada, informar de acuerdo con consignas. Por el contrario, ese periodismo tiene que ser rechazado y siempre criticado.

Cualquier tema es informable por la televisión, siempre y cuando se haga correctamente, con respeto, imaginación y mucha ética.

Por último, se tiene que aceptar que el periodismo televisivo, con sus potencialidades y alcance no superado por los otros medios, así como por sus limitaciones y defectos, es simplemente una forma distinta de hacer periodismo.

Estos conceptos esenciales son los que hemos tratado de inculcar a nuestros alumnos para que enfrenten con propiedad las demandas de la profesión. Ellos han inspirado el contenido de este libro.

El texto que usted tiene en sus manos abarca lo más detalladamente posible los procedimientos y técnicas que la práctica diaria en las diferentes etapas y especialidades ha permitido establecer. Hay aspectos que han podido ser conceptualizados solo gracias a experiencias muy pragmáticas.

Estas lecciones abarcan desde los conceptos básicos de noticia e información hasta los lineamientos esenciales para elaborar progra-

mas periodísticos como noticieros, revistas, magazines, documentales, repordramas, docudramas y las distintas versiones de los espacios de conversación (*talk shows*, *reality shows*, debates, paneles, entrevistas). Las lecciones están estructuradas en unidades de aprendizaje que cuentan con sus respectivos glosarios y cuestionarios de revisión.

No pocos términos han sido creados para este texto. Por ejemplo, *motivaciones*, *unidades informativas*, *modulaciones*, *redacción sincopada*, *repordramas*, entre otros. Cada uno está claramente explicado.

El capítulo final está dedicado a un enfoque de todos los adelantos tecnológicos que han dado origen a lo que ahora se proclama como la «era de la información y la comunicación», que caracterizará este siglo. Para todos los alumnos, profesores y profesionales es una obligación ineludible mantenerse al día con los vertiginosos y asombrosos avances tecnológicos que se han producido y seguirán produciéndose, año a año.

Asimismo, se incluye una amplia bibliografía y un anexo con textos y documentos que pueden completar y ampliar lo explicado en el desarrollo del curso.

La mayor satisfacción que espero con estas lecciones es brindar a profesores y alumnos de la especialidad una fuente de consulta que les sea útil; y a los profesionales, una oportunidad de refrescar, y reafirmar conceptos y conocimientos.

**PRIMERA UNIDAD
DE APRENDIZAJE**

LA NOTICIA EN
LA TELEVISIÓN

Objetivo

Penetrar en los significados, teoría y práctica de la comunicación humana, la noticia y la información.

Sumario

Lección N° 1: Orígenes y desarrollo de la comunicación humana

Lección N° 2: La dinámica de la comunicación periodística

Lección N° 3: Teoría y práctica de la noticia y la información

LECCIÓN N° 1

ORÍGENES DE LA COMUNICACIÓN

Objetivo

Comprender el significado de la comunicación humana y de su expresión periodística.

1. HACE UN MILLÓN DE AÑOS

Se afirma que el desarrollo de la comunicación humana se inició hace un millón de años, con las primeras manifestaciones de la hominización del hombre. Sus primeros intentos comunicadores fueron el movimiento y el gesto. En su obra *La danza*, Sergio Lifar, un genial bailarín y coreógrafo de origen ruso, parafraseó así el comienzo del Evangelio de San Juan: «En el principio fue el movimiento».

Luego vinieron los gritos y gruñidos, hasta la articulación de un lenguaje. En el primer caso, el movimiento y el gesto podían ser captados hasta donde alcanzase la vista del receptor del mensaje; es decir, a unos pocos metros, con una limitación total en las noches, días nublados y ante obstáculos físicos. Con el sonido la distancia ya fue mayor, y no se requería de una visión directa. Esta comunicación era inmediata, aunque su mensaje no siempre fue captado fácilmente en su verdadero significado.

El afán de comunicarse a mayor distancia hizo que el hombre aguzara el ingenio para emplear determinados recursos codificados, como tambores, humo, hogueras, destellos luminosos por medio de espejos y diversas señalizaciones (banderas en el mar y el «semáforo» francés de los hermanos Chape), siempre en pos de una comunicación instantánea.

Cuando el hombre alcanzó el lenguaje y pudo comunicarse por voces articuladas comprensibles para determinado grupo humano, la comunicación fue posible a mayores distancias gracias a mensajeros, primero a pie y luego con el empleo de animales. Pero la comunicación dejó de ser inmediata y siguió siendo imperfecta, ya que el mensajero podía modificar el mensaje involuntaria o intencionalmente.

Pero cuando se logró plasmar ese lenguaje en símbolos y posteriormente en escritura definida, y cuando se fabricaron elementos ligeros en los que se inscribían los mensajes, entonces la comunicación pudo tener la confiabilidad requerida.

Ni la invención de la rueda, formidable paso en el desarrollo de la Humanidad, constituyó un avance tan significativo en el desarrollo de la comunicación como las embarcaciones, capaces de transportar mensajes a otros confines de la Tierra.

Mar y tierra fueron los medios recorridos por las comunicaciones. Desde luego, el aire venía a ser el elemento cuya utilización resultaba inmediata. Se hizo con el inseguro empleo de las palomas mensajeras, muchas veces víctimas de aves de rapiña o de cazadores.

Y esto fue todo lo que alcanzó la comunicación en el **millón** de años de existencia del hombre propiamente dicho, hasta comienzos del siglo XIX, cuando el saber humano descubrió la electricidad y se inició así la revolución de las comunicaciones con el telégrafo, la telefonía y el cable submarino. En el siglo XX, una nueva revolución, con alcance masivo y mundial, se produjo con la radio, la televisión y los satélites de comunicaciones. Y al ingresar al siglo XXI se alcanzan niveles asombrosos con la digitalización, la informática, la fibra óptica, **procesadores cada vez más veloces y, sobre todo, con la internet**. Se vive la época de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que ha dado lugar a lo que se llama *sociedad de la información*.

2. TIPOS DE COMUNICACIÓN

2.1. La comunicación intrapersonal

Es la que el ser humano utiliza para comunicarse consigo mismo. En el comienzo de los tiempos fue instintiva. Si llovía, tenía que buscar refugio; si tenía frío, encendía un fuego; si tenía hambre, cazaba animales.

La comunicación intrapersonal es la base de todas las otras formas de comunicación humana. Sin un efectivo sistema de comunicación intrapersonal, un organismo no es hábil para funcionar en su ambiente; esto es, para estar abierto a formas externas de comunicación. Idealmente, este sistema de comunicación permite tomar decisiones basadas en la información recibida a través de los sentidos. Así, por ejemplo, cuando uno está viendo televisión nuestros ojos y oídos reciben información y la comunican al cerebro. Si lo que uno está viendo y escuchando es interesante y atractivo, el sistema de comunicación consigo mismo indicará que uno debe seguir con el programa. Si a uno no le gusta, el cerebro envía un mensaje a los músculos que resulta en una decisión de cambiar de canal o apagar el televisor. Es este tipo de comunicación el que explica por qué en un estadio los aficionados celebran, protestan, invaden el campo, levantan en hombros a los campeones.

Una forma superior de comunicación intrapersonal es la meditación profunda o concentración, tal como la practican los yogas.

2.2. La comunicación interpersonal

Se trata de la comunicación que se produce cuando se está en contacto con otras personas. Es el tipo de comunicación que se inició desde que el hombre tuvo compañía y necesitó hacerse entender. Era una comunicación cara a cara. En nuestros días esta comunicación interpersonal puede no requerir el «cara a cara», debido a los adelantos como el correo, el teléfono, el fax o la internet. Como se puede entender, es el tipo de comunicación característico de una sociedad. En este proceso está presente en todo momento la comunicación intrapersonal en el que recibe el mensaje que le permite entenderlo, acumularlo a su *campo de experiencias*, y responder y reaccionar. Es la situación típica en una conversación, en una entrevista.

Cada día usamos comunicaciones interpersonales. Sin embargo, el número de personas a las que podemos llegar con nuestras ideas y mensajes es limitado si este es el único medio de comunicación disponible. Para entender todo el potencial de nuestros procesos de comunicación, necesitamos ir más allá de la comunicación interpersonal y utilizar la comunicación de masas o periodística.

2.3. La comunicación de masas

Para explicar lo que es la comunicación de masas hay que pensar en el proceso mediante el cual un inmenso número de personas en una comunidad, en una ciudad, en un país, en el mundo entero, se enteran de lo que ha ocurrido en algún punto o lugar de la Tierra. La comunicación de masas necesita la existencia de un difusor intermedio de información, o un medio de comunicación (*mass medium*) tal como los periódicos, las revistas, el cine, la radio, la televisión, los libros o la combinación de estos. El político que pronuncia un discurso en una manifestación sin el empleo de un medio de comunicación verá muy limitada su capacidad de alcanzar a miles o aun a millones de ciudadanos no presentes físicamente. En esencia, entonces, la comunicación de masas es la que difunde los mensajes a través de un medio a millones de personas, residentes en miles de localidades distantes.

Las características que distinguen la comunicación de masas de los otros tipos de comunicación son las siguientes:

2.3.1. Un medio de comunicación

Un medio de comunicación hace posible que el mensaje alcance distancias que van mucho más allá de la inmediata proximidad del emisor. Unos pocos centenares de metros puede ser el alcance de la voz humana mediante el empleo de sistemas de amplificación. Un medio de comunicación puede hacer llegar ese mensaje a todo el mundo.

2.3.2. Limitación de los canales sensoriales

La presencia de un medio de comunicación limita el número de los canales sensoriales del público receptor. Cuando alguien se sienta en un auditorio y escucha al político, todos sus sentidos pueden participar en el proceso de comunicación. Por ejemplo, después del discurso puede estrechar (tocar) las manos del orador. Con un medio de comunicación electrónico solo se puede escuchar y ver al político. Y aun entonces, se está a merced de la decisión del productor o director respecto de si las tomas deben ser cerradas o distantes, si deben concentrarse en el orador o en la multitud.

2.3.3. Comunicación impersonal vs. comunicación personal

Otra característica de la comunicación de masas es que resulta grandemente impersonal. Para entender este concepto habría que comparar los mensajes intercambiados en la comunicación interpersonal. A pesar de que el primer encuentro entre extraños es relativamente impersonal, si la relación continúa, la comunicación llega a ser más y más personal. Con los medios de comunicación, debido a que los participantes en la comunicación son usualmente desconocidos unos de otros, los mensajes son muy impersonales.

2.3.4. El concepto del «filtrador» (*gatekeeper*)

Para llevar el mensaje del orador a la audiencia, el proceso de la comunicación de masas requiere de personas adicionales, muy frecuentemente integrantes de organizaciones e instituciones muy complejas. Si se vuelve al caso de los asistentes a un auditorio, uno de ellos es un reportero que escucha el discurso del político, escribe la nota y la despacha a su diario, que la publicará al día siguiente.

En este ejemplo intervienen varias personas — en relevos — que se encargan de hacer posible la publicación de las citas del discurso al público lector no presente en el auditorio. El reportero que escribió la nota, el director que editó las citas del reportero, el personal de digitación e impresión, todos ayudaron, en relevos o funciones sucesivas, a que la información fuera publicada a través de un medio de comunicación de masas. Tanto el personal (denominado «gente de relevo») como las organizaciones son conocidas como «filtradores» (*gatekeepers*).

El término «filtrador» fue empleado por primera vez por el psicólogo austriaco Kurt Lewin para referirse a los individuos o grupos de personas que gobiernan «el viaje de las noticias en el canal de comunicación». Se puede ampliar la definición de Lewin e identificar como «filtrador» a *cualquier persona o grupo formalmente organizado que esté directamente involucrado en las diferentes y sucesivas tareas en el medio de comunicación para hacer posible la información que se da al público*. Un «filtrador» puede ser el editor que selecciona las imágenes originales de un informe televisivo, el jefe de Informaciones que dispone qué sucesos se cubren, el responsable de la programación de un canal que ordena eliminar escenas escabrosas en una serie, el director de un periódico que determina el tema

de un editorial, o cualquier otra persona que participa en el control de los mensajes que ofrece un medio al público.

Se puede entender fácilmente que tales personas tienen la habilidad de *limitar* la información que el público recibe de los medios de comunicación. Un reportero selecciona los aspectos del discurso de un congresista y elimina todo lo que le parece que no tiene trascendencia. De otra parte, un «filtrador» puede también *ampliar* la información, proporcionando hechos, explicaciones o puntos de vista que el público usualmente no recibe. Igualmente, un reportero puede *reorganizar* o *reinterpretar* la información que se da al público, por ejemplo, al alterar el orden de los hechos para una mejor comprensión y claridad.

En consecuencia, es importante recordar que tres son las funciones de los «filtradores»: 1) *limitar* la información antes de darla; 2) *ampliar* el contenido de la información proporcionando hechos y ángulos adicionales; y 3) *reorganizar* o *reinterpretar* la información.

2.3.5. Reacción retardada

Si se recuerda el ejemplo del político, quizá al día siguiente, luego de leer la versión del discurso diario, un indignado ciudadano escriba una carta al editor criticando las afirmaciones del político. Otro ciudadano, aún más indignado, puede decidir escribir directamente al político. Un congresista que ha escuchado el discurso por radio puede visitar al político para expresarle su felicitación. Cada ejemplo es una forma de *reacción retardada*, que difiere de la inmediata reacción que merece el político de los asistentes al auditorio, que lo pueden aplaudir o silbar. En la sala, por ejemplo, los reporteros pueden preguntar acerca de aspectos que no han entendido. El orador puede, a su vez, aclarar cualquier malentendido de inmediato. La diferencia entre la actitud de los asistentes y del reportero; y la de los ciudadanos y el congresista radica en la oportunidad en que se producen.

2.3.6. Ruido o interferencia

Hay que mencionar que en los tres tipos citados hay un factor que puede tener importancia en la dinámica de la comunicación. Se le conoce como *ruido* o *interferencia* que perturban el proceso de la comunicación. El político puede padecer un dolor de cabeza y tener

dificultades para concentrarse (comunicación intrapersonal). El aire acondicionado puede ser muy ruidoso e impedir que el reportero pueda captar todo lo que dice el orador (comunicación interpersonal). La impresión del diario puede haber tenido problemas técnicos y las páginas resultar borrosas, lo que haría difícil la lectura (comunicación de masas).

Todo lo dicho precisa que las comunicaciones intrapersonal e interpersonal son también parte de la comunicación de masas.

3. LAS GRANDES METAS DE LA COMUNICACIÓN

Con la comunicación de masas, que requiere el uso de las maravillas de los adelantos tecnológicos, cada vez más sorprendentes y sofisticados, se está logrando lo que se puede considerar que son las grandes metas de la comunicación humana. Metas que ya fueron anhelo desde que el hombre abandonó las cavernas.

Estas metas son las siguientes:

a) Llegar a la mayor distancia posible. Significa que la comunicación tenga el mayor alcance posible; es decir, que cubra la mayor extensión del planeta y el espacio exterior.

b) Alcanzar al mayor número de personas. Que la comunicación llegue a todos los lugares y, con ello, a todos los habitantes de la Tierra.

c) Hacerlo con inmediatez y rapidez. Comunicar los hechos y sucesos en el mismo momento en que se producen, o, por lo menos, en el menor plazo posible.

d) Lograr la mayor calidad. Que el mensaje que recibe el destinatario esté libre de defectos y perturbaciones. Que sea una comunicación clara y nítida, para evitar equívocos en la captación de lo que se quiere comunicar.

e) Conseguir el entendimiento universal. Que todos los que acceden a la comunicación puedan entenderla debidamente, más allá de los lenguajes y dialectos nacionales. Debido a sus características, la imagen y el sonido, mas no la palabra y el texto, pueden responder a esta última meta. Por lo tanto, si utilizan en la forma más pura el lenguaje de la imagen y el sonido, el cine, y sobre todo la televisión, son los medios que mejor cumplen la meta de un entendimiento universal.

El siguiente cuadro muestra algunos adelantos tecnológicos que cumplen con las grandes metas de la comunicación humana.

Metas	Adelantos tecnológicos
a) Mayor distancia	Teléfono, radio, televisión, satélites, internet.
b) Mayor número de personas	Imprenta, radio, televisión, satélites, internet.
c) Inmediatez y rapidez	Radio, televisión, satélites, computadoras, internet.
d) Mayor calidad	Impresiones, televisión, cine, digitalización, fibra óptica.
e) Entendimiento universal	Cine, televisión, internet (imágenes y sonidos).

LECCIÓN N° 2

DINÁMICA DE LA COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

Objetivo

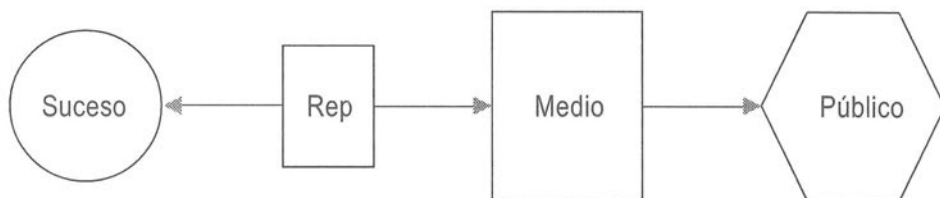
Entender cuáles son los elementos indispensables en la dinámica periodística.

1. LOS CUATRO ELEMENTOS BÁSICOS

Para ubicar debidamente la labor informativa en la televisión hay que precisar cuál es la dinámica de la comunicación periodística. Por lo adelantado, se pueden mencionar cuatro elementos fundamentales:

- a) Hecho o suceso.
- b) Comunicador o reportero.
- c) Medio.
- d) Público.

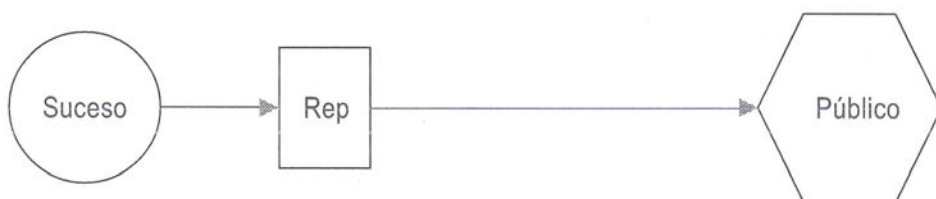
Esto se puede captar mejor en el siguiente gráfico:



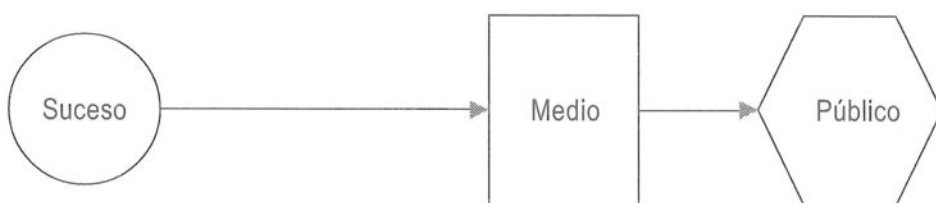
Para que se inicie el proceso de la comunicación periodística se requiere obligatoriamente que se produzca un suceso novedoso e interesante para el mayor número de personas, que tenga cobertura

reporteril y que sea difundido por un medio para que llegue a conocimiento del público, objetivo final y justificatorio de toda esta dinámica. Hay que precisar que para que un hecho, suceso o acontecimiento dé origen a este proceso, requiere la cobertura periodística correspondiente; si no la tiene, jamás será de conocimiento público. Es decir, no será noticia.

Pero no siempre se dan o se han dado estos cuatro elementos. Por ejemplo, si se recuerda la Batalla de Maratón, en la que el griego Milciades venció a los invasores persas en el año 490 a. de C., el suceso fue comunicado por el soldado Fidípides (el primer reportero que consigna la historia), luego de recorrer 42 kilómetros, a los atenienses reunidos en el Ágora, con una dramática y directa expresión: «Hemos vencido». La historia afirma que Fidípides murió después de dar la noticia, víctima del esfuerzo desplegado. En este caso no hubo ningún medio.



Y en el histórico episodio de la llegada del primer hombre a la Luna, en 1969, la expresión de Amstrong: «Un pequeño paso para el hombre, un gran salto para la humanidad», fue apreciada directamente por miles de millones, sin que mediara la intervención de ningún reportero.



En la actualidad, con el asombroso desarrollo tecnológico de las comunicaciones (satélites, fibra óptica e internet, por ejemplo), el mundo se está convirtiendo en lo que Marshall McLuhan describió

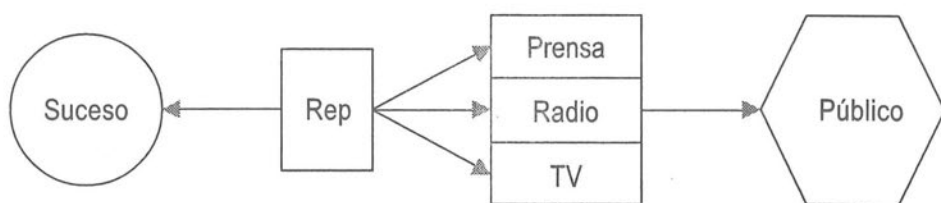
como la «aldea global». Significa que nuestro planeta, desde el punto de vista de las comunicaciones, se ha convertido en una pequeña localidad, donde todos sus habitantes saben lo que ocurre en sus confines; y con ello se está llegando al ideal de la comunicación: que el suceso sea apreciado por el público directamente, sin participación de ningún intermediario.



2. LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

Ahora bien: para que un comunicador o reportero haga llegar su mensaje tiene que utilizar básicamente estos tres lenguajes: escrito, oral y visual. Y estos lenguajes configuran la naturaleza de los medios de comunicación. Así, tenemos:

- *La prensa*: Palabra escrita y, complementariamente, la imagen fija.
- *La radio*: Palabras dichas y sonidos diversos.
- *La televisión y el cine*: Imágenes, movimiento y sonido.



Los medios pueden ser considerados, por otra parte, como vehículos informativos, como voceros de opiniones, como fuentes de entretenimiento, cultura y educación, y como difusores publicitarios.

LECCIÓN N° 3

TEORÍA Y PRÁCTICA

DE LA NOTICIA Y LA INFORMACIÓN

Objetivo

Dominar los principios básicos de la teoría y la práctica de la noticia y la información.

1. CRITERIOS PROFESIONALES

Si hay un medio de comunicación que requiere que sus periodistas tengan un cabal y agudo sentido de la noticia, ese medio es la televisión. Para ello hay que ponerse de acuerdo en una definición de noticia.

Como se ha indicado, un hecho o suceso solo es noticia cuando tiene cobertura y conocimiento periodísticos. Algo puede ocurrir y permanecer oculto durante mucho tiempo. Será noticia cuando un reportero lo descubra o cuando el periodismo tome conocimiento de lo sucedido. Recuérdese el caso del profesor y los alumnos de La Cantuta. El asesinato fue noticia solo cuando, muchos meses después, se descubrieron los restos de las víctimas. En consecuencia, noticia es el resultado de la cobertura periodística de un suceso. Y su forma de hacerla de conocimiento público es la información correspondiente.

Desde el punto de vista académico, no es lo mismo noticia que información, aunque en la conversación diaria se les use indistintamente para referirse al contenido de los noticieros.

Noticia e información son dos momentos de un mismo proceso, ya que, como se ha indicado, noticia es el resultado de la acción del reportero en el lugar de los hechos, e información es la elaboración,

de acuerdo con el lenguaje de cada medio, del informe de los detalles del suceso.

Reporteros de un diario, radio y televisión pueden acudir a cubrir un acontecimiento. Los tres tendrán la misma noticia, pero sus informaciones serán diferentes porque el primero se preocupará de la redacción de su texto, el segundo de su informe oral, y el tercero de sujetar su narración a las imágenes, los sonidos y el movimiento captados.

Para entender mejor que noticia e información no son lo mismo, se pueden considerar estos dos ejemplos, con connotaciones muy diferentes: risueña y dramática.

*El director de un diario ubicó al hijo renuente a seguir estudios universitarios de un matrimonio amigo en la sección Deportes, por la afición del joven a estos. Su primera comisión fue la cobertura del primer partido de un triplete en el Estadio Nacional. El jovencito acudió al estadio —lugar del hecho— y, terminado el partido, se fue a su casa con el conocimiento del resultado o noticia. Por la noche, en el cierre de edición, el jefe de la sección preguntó: ¿Dónde está la **información** del primer partido? Todos sabían el resultado, pero había que dar los detalles. Le dijeron que el jovencito no la había dejado. Entonces el jefe ordenó que lo llamaran por teléfono. En el contacto, el jovencito contestó: ¿Qué **información**... si no pasó nada...? ¡El partido terminó cero a cero!*

* * *

*Un ómnibus interprovincial se precipitó al abismo en Pasamayo. Un canal de televisión encargó la cobertura de emergencia a un equipo integrado por el reportero, el camarógrafo y el chofer-ayudante. El equipo hizo la cobertura del caso, grabando las imágenes correspondientes. Luego se dirigió al hospital de Huaral, donde habían sido llevados los heridos. Desde ahí, el reportero llamó al canal para dar la noticia a su jefe: «Hay 25 muertos y 48 heridos que viajaban en el ómnibus de la agencia 'X' rumbo a Trujillo. Ya vamos con las imágenes» (es decir, la **información**). Al regresar a gran velocidad para alcanzar la edición del noticiero, se rompió la dirección del carro y pasaron a la pista contraria. Sucedió la tragedia: un gigantesco camión arrolló al vehículo de la televisora y lo arrastró casi ochenta metros. En el acto murieron los tres ocupantes, y los equipos quedaron destrozados. Nunca llegó la informa-*

ción acerca del ómnibus de Pasamayo al canal, aunque ya el reportero había comunicado la noticia.

2. NO HAY NOTICIAS BUENAS NI MALAS

Por otra parte, hay que advertir de una indebida y hasta peligrosa tendencia a confundir el hecho o suceso con la noticia y su correspondiente información que da cuenta de lo acontecido.

Es muy común referirse a noticias buenas, malas, positivas, negativas. Hasta periodistas consagrados emplean esa nomenclatura.

Se confunde el suceso y el hecho con el resultado de la cobertura periodística de él. Es decir, con la noticia y su correspondiente información que dan cuenta de lo acontecido. Los hechos pueden ser *negativos*, *positivos* o *neutros*; o, también, según otra apreciación, *buenos* o *malos*. Pero en periodismo los hechos son *interesantes* o *no*, y la información sobre ellos puede ser *correcta* (objetiva, veraz, imparcial, honesta y responsable) o *no*. En consecuencia, *no hay noticias positivas, negativas, buenas o malas*; solo hay noticias que interesan y cuya información es correcta.

Esta confusión explica desde el origen de la historia por qué los mensajeros portadores de noticias sobre sucesos desafortunados, negativos y malos eran ejecutados. A los infelices mensajeros se les atribuía conexión con el suceso indeseable.

No es difícil entender, entonces, por qué los gobiernos asediados por sus desaciertos u ocurrencias negativas suelen denunciar a los periodistas y medios de comunicación como los causantes de las crisis o inestabilidades políticas que los hechos originan. «Dan solo noticias negativas», claman los voceros gubernamentales.

También es fácil entender por qué en los regímenes dictatoriales —de izquierda y derecha— no se permite la libre información. En esos regímenes son inconcebibles medios y periodistas que aborden los hechos y sucesos que no agradan a los gobernantes.

Queda pues claramente establecido que los periodistas y medios no originan los sucesos, sino que apenas dan cuenta de ellos. Pero, a este respecto, conviene precisar bien que la información que se brinda, como se ha indicado, tiene que ser *correcta*. Es decir:

a) *objetiva* (no se debe opinar cuando se dan los detalles de los hechos);

b) *veraz* (todo lo que se informe debe ser la verdad estricta y confirmada);

c) *imparcial* (se debe dar a todas las partes involucradas oportunidad de expresar sus razones o a referirse a todos los ángulos informativos);

d) *honesto* (no se debe magnificar o insistir solo en los aspectos negativos de un suceso, con una clara y perversa intencionalidad);

e) *responsable* (no debe infamar o atribuir conductas delictivas por simples afirmaciones o versiones sin pruebas y sin sanción judicial).

Pero la noticia, que es el resultado de la cobertura periodística de un suceso que tiene interés general porque atrae al mayor número de personas, debe ser, en consecuencia, *interesante*. Si no lo es, si el suceso abordado no despierta ningún atractivo o inquietud, no tendrá lectores, radioescuchas o televidentes, según sea el medio. Un ejemplo:

Un millonario norteamericano, cansado de los diarios que, según él, solo dan noticias negativas y malas, decidió fundar un periódico que únicamente diera noticias positivas, buenas y alentadoras. Antes de los tres meses tuvo que cerrar la publicación por falta de tiraje, lo que le ocasionaba diariamente fuertes pérdidas que amenazaban acabar con su fortuna. Explicación: El diario del millonario daba noticias que no interesaban a los potenciales lectores.

Las noticias no tienen un valor periodístico absoluto. Dependen de varias condiciones. Estas pueden ser:

a) por la nomenclatura noticiosa del medio (es distinto el concepto informativo de *El Comercio* que el de un diario "chicha");

b) por la oportunidad (cuando hay tensión en la opinión pública por determinados sucesos, uno nuevo interesará mucho); y,

c) por el panorama del día (a veces hay sucesos de gran impacto que minimizan otras ocurrencias normalmente interesantes).

3. EL SENTIDO DE LA NOTICIA

Ahora bien: diariamente se producen miles de hechos. Sin embargo, solo unas pocas decenas merecerán la atención periodística, fundamentalmente por la limitada capacidad de cobertura de los medios. En el periodismo norteamericano se distinguen dos clases de noticias: las *hardnews* y las *softnews*. Las primeras son las coberturas

de sucesos de gran impacto y de urgente actualidad, y las segundas son las de actualidad mediata o latente, ya que no son coberturas de sucesos o acontecimientos. Pero ¿cómo se pueden diferenciar los sucesos para dar cobertura a unos y no a otros? Por una expresión que constituye en el periodismo una exigencia fundamental y eliminatoria: el *sentido de la noticia*. Es decir, la capacidad de los periodistas para determinar qué sucesos tienen más interés para sus lectores, radioescuchas o televidentes.

Si se quisiera hacer alguna referencia comparativa para explicar mejor lo que significa *no tener el sentido de la noticia*, se puede indicar que es como la incapacidad de un daltónico para distinguir las luces de un semáforo; el pulso nervioso y agitado para un aspirante a cirujano; las limitaciones de un manco para ser boxeador.

El periodista o comunicador que carezca del sentido de la noticia se ha equivocado de profesión, y más le valdría dedicarse a otra actividad, ya que en el exigente e implacable mundo de las noticias será poco menos que un fracaso o un incompetente, permanentemente frustrado.

Sin embargo, es muy improbable que se carezca absolutamente de esa cualidad. Es cierto que algunos periodistas vienen dotados de un admirable y preciso sentido de la noticia, pero también lo es que el sentido de la noticia puede desarrollarse y ejercitarse con la práctica.

4. LOS TRES REQUISITOS INDISPENSABLES

Para ello es indispensable considerar los requisitos que debe mostrar un hecho para ser noticia. Estos son:

4.1. Actualidad

Para ser noticia, un suceso debe tener *actualidad*; es decir, ser algo que acaba de ocurrir. Y en esto reside fundamentalmente la diferencia entre historia y periodismo, ya que la historia se ocupa de sucesos ocurridos hace mucho tiempo. Una noticia tiene una vigencia de minutos (radio y agencias de noticias), horas (televisión), y un día (diarios). Si una noticia se da luego de esa vigencia —en inglés se dice *deadline*— ya resulta un *refrito*, en el argot periodístico. Es decir, algo ya conocido y sabido.

4.2. Novedad

Pero el suceso debe tener *novedad*; es decir, tiene que haber ocurrido por primera vez. O, si vuelve a ocurrir, debe mostrar facetas nuevas. De no ser así, entonces perderá su valor noticioso. Por ejemplo, un embotellamiento vehicular producido por un semáforo en mal estado. Cuando se informa por primera vez, puede ser una noticia impactante. Pero si el embotellamiento persiste por días, entonces el suceso irá perdiendo impacto.

4.3. Interés general

Es el requisito más importante para fortalecer y ejercitar el sentido de la noticia.

No todos los sucesos, pese a ocurrir en el día y mostrar novedad, son dignos de cobertura periodística. Para ello deben mostrar tales características que provoquen el interés del mayor número de personas, como ya se ha indicado. Es decir, el suceso debe tener *interés general*. Y esta es la exigencia más decisiva para definir el valor noticioso de un suceso.

Como se sabe, la capacidad de determinar si un suceso tiene interés general es el requisito fundamental para un periodista. Y se ha reiterado que a eso se le llama poseer *sentido de la noticia*.

Esa capacidad periodística —es decir, la determinación del interés general del suceso— está más o menos latente, como se adelantó, en cada persona. Y puede ser desarrollada o perfeccionada mediante el conocimiento de los factores que debe mostrar el suceso para ser interesante. Estos son los siguientes:

4.3.1. Prominencia

El primer factor es la *prominencia* o *popularidad* de los personajes que participan u ocasionan el suceso. Cuanto más prominentes y populares los personajes involucrados, mayor interés tendrá el suceso. Un ejemplo lo aclarará: La llegada de Madonna a Lima tendrá más interés que la de Alejandra, y la de esta más que la de una cantante poco conocida. El suicidio de un desconocido tendrá menos impacto que el de una estrella televisiva. La declaración de un congresista cederá ante la del Presidente.

4.3.2. Importancia

Otro factor es la *importancia* del suceso. La ley que crea la regionalización en el país y la firma del acuerdo final de paz con el Ecuador destacan por su importancia y trascendencia. Y aquí hay que establecer una diferencia entre importancia e interés, porque a veces se confunden. No todo lo importante es interesante. Por ejemplo, la promulgación de un dispositivo que favorecerá la exploración minera puede ser muy importante para la economía del país, pero no necesariamente tendrá interés para el mayor número de personas. Esta precisión es muy necesaria para no caer en una labor informativa trascendentalista, que podría ser poco interesante —de hecho lo es, por la experiencia al respecto—. Muchos fracasos periodísticos han tenido su explicación en esa tentación de guiarse más por la importancia que por el interés.

4.3.3. Proximidad

Un tercer factor es la *proximidad* del hecho o suceso. Nos interesa más lo que está más cerca de uno. Un accidente en Lima interesará más a los peruanos que uno similar ocurrido en Quito; no así a los ecuatorianos. A este respecto, hay que indicar que hay tres clases de proximidad: la geográfica, la cultural y la afectiva o patriótica. La cultural explica por qué un suceso ocurrido en París, Londres o Madrid interesa más que otro similar ocurrido en Tegucigalpa o Belice. Y esto por la sencilla razón de que estamos más informados y enterados por distintos medios (cine, televisión, periódicos, novelas, etcétera) de acontecimientos ocurridos en las ciudades europeas que en las latinoamericanas. Y la proximidad afectiva o patriótica es la que se produce cuando algún hecho o suceso en el extranjero es protagonizado por entidades o ciudadanos peruanos; por ejemplo, el éxito de un médico, la labor de un astronauta, los goles de jugadores en Europa o el crimen de un diplomático.

4.3.4. Magnitud

Un cuarto factor es la *magnitud* del hecho; vale decir, cuánto está involucrado en el hecho, cuantitativa y cualitativamente. Un accidente con un muerto interesará menos que otro con cincuenta. Un temblor menos que un terremoto. Una lotería de mil dólares menos que otra

de un millón. Un pequeño accidente del Papa que un atentado contra su vida.

4.3.5. Circunstancia

Un quinto factor para determinar el interés general de la noticia es la *circunstancia* en que se produjo el suceso. Tiene mayor impacto que un corredor de autos muera en plena competencia, que en un accidente carretero cualquiera. Que un asalto se produzca a plena luz del sol, frente a una comisaría, que en la oscuridad en un sitio alejado. Que la princesa Diana muera con su acompañante sentimental al estrellarse su vehículo manejado por un chofer beodo en una vía parisina, al ser perseguida por *paparazzi*, que, por señalar una circunstancia, su fallecimiento se produzca al rodar las escaleras de su palacio.

4.3.6. Interés humano

Otro factor del interés general es el *caso humano* que, por lo general, provoca emociones y hasta lágrimas en el público. En ocasiones motiva hasta un gran espíritu de solidaridad. Se trata de la presentación de historias de personas que no gozan de prominencia periodística en el momento de la cobertura. Posteriormente, por la difusión del caso, pueden ser muy conocidas. Tal es el caso de la humilde madre campesina que caminó decenas de kilómetros en la nieve para poder salvar a su bebito afectado con graves quemaduras. O el del pequeño lustrabotas de ocho años que trabaja 12 horas para poder ayudar a su madre enferma y hermanitos, abandonados por el padre.

4.3.7. Singularidad o rareza

Es el último factor del interés general. Se trata de noticias *insólitas*, *desusadas*, *originales* que provocan, por lo común, una sonrisa, mucha simpatía y no poca admiración y relax. Tal es el caso de los ganadores de grandes loterías, el de las localidades donde mandan y predominan las mujeres, el de la perrita que amamanta gatitos, etcétera, etcétera.

Hay que señalar que un suceso despertará mayor interés general si en él rigen varios de los factores descritos. Recordemos, por ejem-

plo, la muerte de la princesa Diana que conmovió a millones de personas en el mundo entero. En este episodio jugaron los siguientes factores: la prominencia (era la mujer más famosa de su tiempo), la importancia (un hecho que afectaba a la realeza británica con alguna connotación religiosa y racial), la proximidad cultural (el hecho ocurrió en París), la circunstancia (ya descrita y la más importante en este caso), el interés humano (se trataba de una princesa enamorada).

Tres ejercicios

Para fortalecer y desarrollar el *sentido de la noticia* se puede practicar tres ejercicios. Son los siguientes:

- *Ejercicio de jerarquización:* Se consideran noticias independientes, reales o imaginarias, y se trata de ordenarlas de acuerdo con su mayor o menor interés general. Es decir, colocando en el primer lugar la noticia más impactante, luego la que le sigue en interés y así, sucesivamente. Cuando se termine el ejercicio, la última noticia debe ser la menos interesante.

- *Ejercicio de selección:* En todo suceso hay muchos detalles por considerar, por lo que el periodista tiene que determinar qué aspectos son los más interesantes. Este ejercicio capacita en esa habilidad. Se aplica sobre todo para las extensas exposiciones (mensajes a la nación, discursos, conferencias de prensa, declaraciones, comunicados, etcétera).

- *Ejercicio del interés creciente:* Por lo general aborda casos imaginarios o inventados. Se trata de presentar un hecho o suceso muy elementalmente. Y luego, en varios pasos, ir agregando al hecho o suceso factores del interés general que provoquen una noticia del mayor impacto.

Jerarquización	Selección	Interés creciente
<i>Del 1 al 10 jerarquice, por su interés general, las siguientes noticias:</i>	<i>En conferencia de prensa del Ministro de Economía se dan los siguientes datos. Selecciónelos en orden de mayor a menor interés:</i>	<i>Se da una noticia muy elemental. En los cuatro pasos siguientes, aumente el interés de la noticia.</i>
Huaicos destruyen caminos (...)	Balanza comercial será positiva en 300 millones.	1. Hombre castiga a niño
Perrita alimenta a gatitos (...)	Se ha ubicado la mejor mina de oro del mundo.	2.
Atentado contra el Papa (...)	Sueldo mínimo será de mil dólares.	3.
Inauguran puente sobre el Rímac (...)	Se exportará un millón de zapatos.	4.
Cae violador de niña (...)	Habrà trabajo inmediato para 500 mil personas más.	5.
Renuncia Presidente del Perú (...)		
Perú gana la Copa FIFA (...)		
Alcalde de Tumbes pide rentas (...)		
Sube la gasolina en 20% (...)		
Fugan cincuenta terroristas de cárcel (...)		

GLOSARIO

Gatekeeper	Instancia o persona que participa en el tratamiento informativo mediante el cual la información es sometida a procesos de edición o adaptación a los propósitos del medio.
Hardnews	Noticias de sucesos de urgente actualidad que deben ser emitidas el mismo día, ya que al día siguiente pierden actualidad y se convierten en «refritos».
Información	El desarrollo de los detalles del suceso, de acuerdo con el lenguaje de cada medio. El uso diario la iguala con la noticia; sin embargo, son dos momentos distintos de un mismo proceso periodístico.
Interés creciente	Ejercicio que consiste en incrementar el atractivo noticioso de un hecho, partiendo de un enunciado muy simple y elemental.
Interés humano	El hecho o suceso protagonizado generalmente por personas humildes o poco conocidas y que provoca emociones y sentimientos de solidaridad.
Interpersonal	Comunicación entre dos o más personas, como la que se produce en una conversación, una entrevista o una concentración pública.
Intrapersonal	Es el tipo de comunicación mediante el cual el ser humano se comunica consigo mismo, ya sea como reacción a factores externos, como decisiones meditadas o como una voluntad de concentración. Es la base de toda comunicación humana.
Jerarquización	Ejercicio que consiste en ordenar un grupo de noticias de acuerdo con su interés periodístico.
Localización	Situación geográfica donde acontece una noticia.
Mass media	Denominación inglesa a los medios de comunicación de masas.
Prominencia	Calidad que tienen las personas por ser muy conocidas o populares. No se debe confundir con distinción.
Noticia	El resultado de la cobertura de un suceso que acaba de ocurrir o está ocurriendo, que es novedoso y, sobre todo, que despierta interés general.
Selección	Ejercicio que consiste en destacar los detalles más noticiosos de un suceso.
Sentido de la noticia	La capacidad de un periodista para distinguir los distintos grados de interés de los sucesos.
Softnews	Informaciones de hechos que tienen una actualidad latente, no inmediata. Por lo tanto, no requieren una emisión perentoria y urgente.

CUESTIONARIO DE REVISIÓN

1. Dé tres ejemplos prácticos de la comunicación intrapersonal.
2. Explique qué se requiere para que una comunicación interpersonal se convierta en una comunicación de masas.
3. Se dice que en el proceso de la comunicación de masas existe la figura de los «filtradores» (*gatekeepers*) que intervienen en la elaboración informativa que los medios proporcionan al público. Mencione a tres de esos «filtradores».
4. Recuerde cuáles son las grandes metas de la comunicación humana y mencione hasta tres adelantos tecnológicos que hacen posibles esas metas.
5. Hay cuatro elementos básicos en la dinámica de la comunicación periodística. Elabore un gráfico que lo explique.
6. Diseñe una representación gráfica de la dinámica informativa que rigió en la llegada del primer hombre a la Luna.
7. Precise cuáles son las características esenciales de los lenguajes periodísticos de los medios tradicionales.
8. Dé una definición de noticia.
9. Explique por qué no es lo mismo noticia que información, aunque son dos momentos de un mismo proceso.
10. Explique por qué es incorrecto decir que una noticia es «mala» o «negativa».
11. Describa en qué consiste el «sentido de la noticia» y por qué es una cualidad indispensable en todo comunicador.
12. Mencione tres ejemplos de *hardnews* y tres de *softnews*.
13. Describa los tres requisitos indispensables que debe mostrar un suceso para ser noticia.
14. Señale los factores que se tienen en cuenta para determinar el interés general de un suceso.
15. Explique en qué consiste el ejercicio de *interés creciente* para desarrollar el sentido de la noticia.

**SEGUNDA UNIDAD
DE APRENDIZAJE**

INTRODUCCIÓN
AL LENGUAJE
TELEVISIVO

Objetivo

Explicar el origen y desarrollo de la televisión como medio de comunicación y la tecnología aplicada para la labor periodística electrónica.

Sumario

Lección N° 1: Breve historia de la televisión

Lección N° 2: Conceptos básicos y fundamentales del medio televisivo

Lección N° 3: Tecnología aplicada al logro de la labor periodística televisiva

LECCIÓN N° 1

BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN

Objetivo

Saber como nació y se desarrolló la televisión en el Perú y el mundo.

1. CREACIÓN DE VARIOS

La televisión no fue invento de un solo hombre genial, sino el resultado de muchos descubrimientos en los campos de la electricidad, el electromagnetismo y la electroquímica. Con la televisión, la comunicación humana alcanzó todo su esplendor y grandeza al transmitir simultáneamente imagen y sonido.

La palabra televisión significa «ver lejos» (del prefijo griego *tele*, lejos). En efecto, se trata de ver lo que ocurre a gran distancia. Y no sólo se ve, sino también se oye, porque la televisión utiliza el principio de la radio. Para distinguir ambas partes de la televisión, los técnicos hablan de *video* y *audio*, que en latín significan veo y oigo.

Los principios básicos de la televisión ya eran conocidos en el siglo XIX, pero la realización práctica ocurrió cuando se pudo disponer del tubo electrónico, descubierto hacia los años veinte.

Si se quisiera mencionar algunos inventores y hechos que hicieron posible la televisión y su sorprendente desarrollo, podríamos hacer esta enumeración cronológica:

1923

- Los norteamericanos Valdimir K. Zworkin y Edwin Armstrong inventan el iconoscope o tubo de cámara de TV y el circuito superheterodyne, respectivamente.

1926

- El británico John Logie Baird realiza la primera emisión experimental regular de televisión en el Reino Unido, empleando el disco de Nipkov.

1927

- La televisión es transmitida por primera vez por cable de Nueva York a Washington.
- El norteamericano Philo Farnsworth solicita la patente de la televisión electrónica.
- Bell Telephone demuestra la TV sin cable entre Nueva Jersey y Nueva York.
- El gobierno federal estadounidense expide la licencia para la primera estación experimental de TV.

1935

- Se inaugura en Berlín el primer servicio de imágenes de televisión que serviría para transmitir los Juegos Olímpicos del año siguiente.

1939

- La televisión es presentada en la Feria Mundial de Nueva York por David Sarnoff, presidente de la RCA.
- Cinco fabricantes ofrecen los primeros aparatos de televisión.

1941

- La Columbia Broadcasting System emite en Nueva York, para los pocos televisores entonces existentes, lo que podría considerarse el primer noticiero con la información relacionada con el ataque japonés a Pearl Harbor.

1951

- La asunción del presidente Truman inaugura las transmisiones televisivas de esos actos.
- Se estrena la publicidad comercial en la TV.
- Se incrementan las ventas de aparatos de televisión en más de 500 por ciento desde 1947.
- Se habilita una cadena de TV con 114 estaciones en 71 ciudades.
- Se televisan por primera vez las convenciones políticas en los Estados Unidos.

1954

- Se ensamblan las primeras cámaras a color de la RCA.
- Se demuestra exitosamente la compatibilidad de la señal NTSC.
- Se presenta la grabadora de videotapes de AMPEX.
- Comienzan las transmisiones televisivas a color.
- RCA Victor vende primeras cintas pregrabadas en carrete abierto.

1959

- Se usa el *tape* magnético para grabaciones de TV a color.

1962

- Se televisa por primera vez un debate presidencial en los Estados Unidos (Nixon-Kennedy).
- Se introduce la primera pantalla rectangular en la TV.
- Se venden primeros televisores a transistores operados con baterías.
- El lanzamiento del Telstar inicia la transmisión televisiva en la era de los satélites.

1963

- Se transmiten por TV los eventos relacionados con el asesinato del presidente Kennedy.

1964

- Se funda INTELSAT, la organización internacional de telecomunicaciones por satélite, con 11 países afiliados. En 1973 cambia de nombre a ITSO (International Telecommunications Satellite Organization) al contar con 80 países. Hoy tiene más de 160 miembros y da servicio a más de 600 estaciones terrestres en 149 países.
- Se lanza el satélite de comunicaciones Telstar II con el que se inician formalmente este tipo de transmisiones.

1969

- La cobertura televisiva de la Guerra de Vietnam causa profunda impresión en los televidentes.
- Se demuestran las cámaras portátiles de TV.
- Se transmite en directo la llegada del hombre a la Luna.

1974

- Se introducen las proyecciones gigantes de TV.
- Se introduce el primer videocasete VHS.

1981

- Se introduce el ENG (Electronic News Gathering).
- Se introduce el miniVHS.

1983

- Se utilizan los Satellite News Gathering (SNG) para aumentar la capacidad informativa de los canales.
- Se divulga el primer televisor a color con señal digitalizada.

1986

- Se venden los primeros televisores a colores de 35 pulgadas.
- Se introducen caseteras y *camcorders* de más alta resolución (S-VHS y ED-Beta).

1993

- Se comercializan los televisores de pantalla grande (16-9).
- Se lanzan los «platos» para el sistema de transmisión satelital directa de televisión.

1995

- Se empieza a trabajar en los estándares del DVD (disco versátil digital).

1996

- Se ofrece el primer programa de TV vía internet.
- Se adopta en Estados Unidos el estándar ATSC para la televisión digital.

1997

- Los *broadcasters* de televisión norteamericanos son beneficiados con un espectro adicional, para permitir una nueva era de TV digital y de alta definición.

2. LA TELEVISIÓN EN EL PERÚ

En el Perú la televisión inició sus transmisiones el 17 de enero de 1958, a través del canal 7 y del Ministerio de Educación. Poco después empezó a operar la televisión privada con los canales 4 (1958) y 5 (1959). Y en 1983 aparecieron Frecuencia Latina (canal 2) y Andina de Radiodifusión (canal 9).

Actualmente se cuenta con siete canales de señal abierta y con señal de cable. Seis canales tienen cobertura nacional (Panamericana, Frecuencia Latina, RTP, Andina, América, Global). Un estudio revela que el 99 por ciento de los hogares tienen acceso a la televisión de señal abierta.

Este año, Global Televisión se ha convertido en una señal enteramente periodística.

Otro estudio revela que los programas más sintonizados son: noticieros (14,3 por ciento), telenovelas (12,25 por ciento), deportivos (11,8 por ciento), películas (10,15 por ciento), cómicos (8,7 por ciento), infantiles (8,6 por ciento), periodísticos (8,4 por ciento).

En cuanto a la televisión por cable aparece formalmente en 1989, gracias a Tele Cable. En 1993 hace su aparición Cable Mágico de la Telefónica, que domina ampliamente el mercado. Una investigación revela que el 28,9 por ciento de hogares peruanos ve televisión por cable.

En el cable sale canal N, inaugurado el 4 de julio de 1999, difunde noticias las 24 horas del día. El canal 6 difunde en tres horarios los informativos de Radioprogramas y programas periodísticos propios.

3. LA OPERACIÓN TELEVISIVA

La televisión opera sobre el principio de que la luz visible que ilumina un objeto puede ser transformada en ondas electromagnéticas, y de que estas últimas pueden ser convertidas nuevamente en luz para obtener una imagen.

La cámara de televisión recibe las ondas reflejadas desde la escena que se está tomando y las transforma en una corriente eléctrica que es enviada a una torre emisora. De allí el impulso viaja a través del espacio, con la velocidad de la luz, mediante ondas electromagnéticas, hasta alcanzar la antena del receptor. En este, el impulso se vuelve corriente eléctrica, que se transforma de nuevo en ondas de luz, las cuales proyectan una imagen en la pantalla.

Al mismo tiempo que la imagen se transmite, los sonidos se recogen por micrófonos y son transformados también en ondas electromagnéticas. El receptor recibirá esas ondas electromagnéticas y las convertirá nuevamente en sonidos.

La imagen se mueve sobre la pantalla. La gente se mueve, el escenario cambia, las luces se prenden y apagan. Pero en vez de observar

se ve es una sucesión de imágenes fijas. Cada una de esas imágenes, que se llaman *frames*, aparece tan rápidamente (treinta por segundo en el sistema que utiliza el Perú) que la sucesión de ellas da la impresión del movimiento, tal como ocurre en el cine. En un programa de una hora se ven casi 110 mil imágenes sucesivas.

Cada imagen o *frame* es como una fotografía que está formada por muchos matices de color. La cámara de televisión ve también ese conjunto, pero no es posible enviar, por un solo canal y simultáneamente, la imagen completa. Sin embargo, la imagen puede ser dividida en muchos puntos, y cada uno de ellos partir sucesivamente como impulso eléctrico, cuyo conjunto, una vez ordenado, formará la misma imagen sobre la pantalla del receptor.

En la mayoría de los países americanos una imagen de televisión está dividida en 525 líneas de puntos horizontales. Cada línea consta de cerca de 450 puntos. El haz electrónico empieza en el rincón superior a la izquierda de la imagen, y corre horizontalmente hacia la derecha; al acabar cada línea brinca al comienzo de la línea siguiente, y así sucesivamente hasta recorrer la última línea al pie de la imagen. La imagen completa, o *frame*, consta, como se ha dicho, de 525 líneas, y treinta de estas imágenes son barridas por segundo. Ese ritmo es más que suficiente para dar la ilusión de continuidad de movimiento, aunque no elimina cierta sensación de centelleo.

Para atenuar esto último, se ha modificado el funcionamiento del cañón electrónico que, en vez de recorrer una línea tras otra sucesivamente, lo hace en forma alternada. Así es como, de arriba para abajo, el haz de electrones barre las líneas impares (1, 3, 5, 7, ...) y, en otro viaje, las pares (2, 4, 6, 8, ...). Se ve claramente que, de este modo, el haz electrónico barre la mitad de la imagen sesenta veces por segundo —que se conoce también como ciclaje—, en vez de treinta veces la imagen completa.

No todas las naciones han adoptado patrones idénticos en sus sistemas de televisión. En la mayoría de los países de América y Japón prevalece el tipo de 525 líneas con sesenta pasadas (o ciclaje, de media imagen cada una) por segundo. Su costo de producción es el más aceptable y la imagen es buena, pero las líneas pueden observarse a simple vista. Gran Bretaña ha adoptado un sistema de 405 líneas y cincuenta pasadas. Francia usa 819 líneas y cincuenta pasadas, y consigue una imagen muy clara. Los otros países de Europa Occidental han adoptado la imagen de 625 líneas y cincuenta pasa-

das. Rusia y los países del antiguo mundo socialista tienen un sistema parecido.

Hay que indicar que desde que se implantó la televisión a colores, es decir, los adelantos tecnológicos que permitieron captar las imágenes en combinaciones de los tres colores básicos (rojo, azul y verde), se establecieron en el mundo tres normas: el NTSC (National Television System Committee), para los países de 525 líneas y sesenta ciclos, entre ellos el Perú; el PAL (Phase Alternating Line), para los países que tenían 625 líneas y cincuenta ciclos (aunque se puede adaptar a 525 líneas y sesenta ciclos, como el PAL-M de Brasil); y el SECAM (Sequential Couleur Avec Memoire), que se utiliza en Francia y los otrora países de la órbita socialista, con 625 líneas y cincuenta ciclos.

La señal televisiva se emite a través de canales, o grupo de frecuencias, que se asignan a las emisoras. Esas frecuencias corresponden a la del video que lo hace en amplitud modulada, y a la del audio que lo hace en frecuencia modulada. Estas dos señales van juntas en el espacio en el mismo canal asignado.

La televisión se emite en señales de muy alta frecuencia, en ondas muy cortas que llegan solamente hasta los límites del horizonte, distintas en este aspecto de las de mayor longitud que emplea la radio y que pueden llegar a cualquier lugar de la Tierra. Además, dichas ondas pierden energía rápidamente, y por ello las emisoras se instalan en la parte más alta de las torres levantadas sobre colinas o edificios elevados, si tal cosa es posible. Cuando no lo es, se construyen torres especiales que se yerguen a gran altura. Las señales de una emisora pueden llegar a un máximo de 150 km, si esta tiene la potencia y la altura necesarias y si la región es bastante despejada.

A pesar del limitado alcance de las emisoras de televisión, es posible hacer transmisiones a distancias continentales y mundiales, mediante: a) por tierra, con el empleo de cables coaxiales o telefónicos y de fibra óptica; b) por el espacio, mediante las llamadas microondas —en este caso la transmisión de la señal puede contar con el soporte terrestre de torres retransmisoras y con el empleo de los satélites de comunicaciones—; c) por el cable submarino de fibra óptica que ya tiene alcance mundial.

LECCIÓN N° 2

CONCEPTOS BÁSICOS DEL MEDIO TELEVISIVO

Objetivo

Conocer los elementos básicos del medio televisivo y los equipos para la captación del material noticioso.

1. UN ESTILO DIFERENTE

En la introducción a su guía de trabajo para sus corresponsales en el mundo, la cadena mexicana ECO indicaba textualmente lo siguiente: «Una de las metas principales de la guía es recalcar que las particularidades del medio de la televisión obligan a que los corresponsales eliminen tajantemente el estilo y las prácticas propias de las agencias de prensa, los periódicos y la radio en la elaboración de sus reportajes. Estos deben estructurarse y producirse con el estilo de la televisión y no con las características de los medios no audiovisuales». Esta terminante y extrema recomendación de ECO corresponde, ni más ni menos, a una consideración radical de lo distinto que es el lenguaje de la televisión.

El periodista de televisión debe sujetar toda su tarea informativa a la imagen y el sonido de los sucesos. A tal extremo que se afirma, con todos los fundamentos del medio, que la mejor información televisiva es la que requiere el menor texto posible para que la teleaudiencia se entere de lo que se le muestra en la pantalla. El ideal es que las imágenes y su sonido propio, directo, ambiental o natural lo digan todo.

Es una afirmación aceptada que una imagen vale por mil palabras. El manual de la cadena ECO sostiene que una imagen con

sonido vale por un millón. Indudablemente una exageración, pero que pretende destacar las singularidades del lenguaje televisivo.

Como se ha reiterado, este juega con la imagen, el sonido y el movimiento. Y estas características lo obligan a utilizar mucha tecnología para su realización. Así, tenemos las cámaras, grabadoras, luces, micrófonos, islas de edición, generadores de efectos y textos, microondas, vía satélite, entre otros. Cada uno de estos elementos exige un riguroso dominio técnico para su utilización debida y profesional. Algunas veces un gran esfuerzo reporteril se frustra por alguna falla en los equipos (imagen fuera de *tracking*, audio defectuoso o no grabado, etcétera). Se puede decir, sin temor a equivocarse, que no hay ninguna especialidad periodística que esté más sujeta a la tecnología que la del periodista de televisión. Y esta característica a veces da pie a que se inviertan los factores y a darle una preeminencia a la tecnología sobre lo que es esencial: el periodismo.

La tecnología facilita la labor del periodista, le da más impacto visual y una mayor riqueza formal, pero siempre habrá un contenido noticioso que será, en última instancia, el que demostrará si se hace o no buen periodismo.

2. CONCEPTOS TÉCNICOS FUNDAMENTALES

Como ya se ha indicado, el periodismo televisivo depende mucho del dominio de equipos de avanzada tecnología. Equipos con los cuales se pueden captar, procesar y emitir los elementos básicos del lenguaje televisivo.

Desde su nacimiento, en la segunda década del siglo XX, la televisión tuvo que acudir a las técnicas y equipos cinematográficos para sus coberturas periodísticas. Lo hizo utilizando cámaras de 16 mm más pequeñas y portátiles que las del formato clásico de la cinematografía (35 mm).

La realización cinematográfica impedía la inmediatez y rapidez en el tratamiento y la exhibición de las imágenes noticiosas, ya que la película tenía que someterse al largo, tedioso y costoso procesado del revelado y el positivado. Además, los primeros equipos fueron silentes; es decir, no captaban el sonido. Para funcionar, esas cámaras requerían que se les diera cuerda constantemente. Y utilizaban carretes que duraban apenas dos minutos y medio.

Posteriormente se inventaron las cámaras que podían captar sonidos, primero acústico —muy imperfecto— y luego magnético, para

lo que se empleaba una película especial con una delgada cinta magnética adherida en el borde correspondiente al audio.

Se trataba de cámaras grandes y pesadas, con una capacidad de filmación que no superaba los 11 minutos, por chasis. Un problema serio era la fuente de energía proporcionada por baterías con carga limitada. Otro problema grave y costoso era el procesado de la película en un laboratorio. En el mejor de los casos, una filmación no estaba lista para su montaje o edición antes de dos horas. Además, la película no podía ser reutilizada, e iba a incrementar el archivo filmico.

De ahí que cuando, en 1954, se inventó el *videotape* o *videocinta*, se produjo una verdadera revolución en el mundo televisivo y, en general, en la dimensión de la captura de la imagen y el sonido. Algo así ocurrió en la aviación cuando se pasó de la impulsión por hélices a la del chorro o *jet*. En primera instancia, con el *videotape* desapareció la necesidad de los laboratorios para el procesado de las películas. En segunda instancia, se abrió la posibilidad para una exhibición inmediata, sin demoras, de las noticias grabadas.

«Película sonora instantánea» fue una ajustada descripción del concepto que se tuvo en un comienzo del *videotape*, del que se afirmó que fue para la filmación lo que la cámara Polaroid (fotos al momento) había sido para las cámaras fotográficas comunes, con negativos por procesarse. Sin duda, se trataba de una comparación muy elemental. De hecho, el equipo de *videotape* tiene muchas más ventajas.

Con el *videotape* se puede ver exactamente lo que la cámara está grabando y cómo será visto, antes y durante la exhibición. También se puede usar el mismo *tape* varias veces, si no se desea conservar lo que se ha grabado, lo que no ocurría con la película, que era para un solo uso (significa un considerable ahorro en los gastos operativos). Y también se puede grabar el sonido, al mismo tiempo que la imagen, en dos y más canales de audio.

Una definición técnica del *videotape* lo refiere como una cinta magnética, mucho más grande que la de audio, capaz de registrar imagen, sonido y movimiento o acción. Ha tenido diferentes medidas. Su desarrollo comenzó con una cinta de dos pulgadas —unos cinco centímetros—, luego de una pulgada, tres cuartos de pulgada, media pulgada —hasta ahora la más utilizada en los equipos VHS y los formatos profesionales como la Betacam— y de menor tamaño, sobre todo en los equipos digitales de última generación.

A continuación algunos conceptos básicos:

Video. Técnica o sistema de grabación de imágenes y sonido por métodos electrónicos, mediante una cámara, un magnetoscopio (grabadora y reproductora) y un televisor o monitor. Las imágenes quedan grabadas en una cinta enrollada en un cartucho o videocasete. (Hay que precisar que en España la palabra *video* se pronuncia *vídeo*, con tilde en la "i". Pero en Hispanoamérica se pronuncia sin acento. Por lo tanto, las dos pronunciaciones son correctas.)

Cámara de video. Aparato que permite grabar imágenes y sonidos por medios electrónicos. Existen modelos profesionales y aficionados. En la actualidad se ha generalizado el modelo denominado *camcorder*, es decir, una cámara que tiene incorporada una grabadora o *recorder*, en inglés, tal como las difundidas cámaras VHS. En sus inicios, la operación del *videotape* comprendía una cámara conectada con cables a una grabadora separada, lo que ocasionaba grandes problemas técnicos (rotura o desprendimiento de los cables y conectores) y requería de dos operadores (el camarógrafo y el ayudante para transportar y operar la grabadora, que pesaba casi diez kilos). Con el paso de los años, la tecnología logró que las cámaras fueran cada vez más compactas y operables solo por el camarógrafo. Últimamente, la cámara profesional más empleada ha sido la Betacam, con cinta de media pulgada. Con la digitalización, otras empresas han entrado con fuerza en lo que era dominio absoluto de la Sony, con cintas de un cuarto de pulgada.

Las *camcorders* tienen cuatro elementos básicos: la cámara en sí, que contiene todos los elementos electrónicos para registrar las imágenes y el sonido; el lente para captar las imágenes; la casetera incorporada que graba y reproduce; y el micrófono que capta el sonido directo, natural o ambiental.

El sistema del lente es el corazón de la cámara, en tanto concierne al camarógrafo. Normalmente tiene tres ajustes que pueden ser hechos manualmente o semiautomáticamente, y que son:

- *Foco*: Ajuste de la distancia en la cual la imagen está mejor definida.

- *F-Stop*: Ajuste del diafragma del iris variable en el interior del sistema del lente.

- *Zoom*: Variación de las distancias focales del lente para ajustar el tamaño de la escena que capta el lente.

Hay dos clases de lentes: los *fijos* (con una distancia focal determinada), y los muy usados *lentes zoom* (con una distancia focal ajustable).

La primera clase de lentes —los fijos— se usaron en los primeros años de la televisión y aún se siguen usando en el cine, porque responden a los más exigentes estándares ópticos. En la televisión esos lentes —generalmente tres— estaban colocados en una «torreta» que giraba para la ubicación del lente escogido.

La invención del lente *zoom* cambió todo. Su diseño permite una distancia focal continuamente variable, por su juego de lentes internos. Con este lente el camarógrafo puede hacer ajustes para establecer cada toma dentro de su rango. Ya no es necesario mover o reemplazar el lente para alterar la toma; esto puede ser hecho, según la jerga de la profesión, por *zooming* (*out*, *in*).

Debido a sus ventajas operativas, la mayoría de las cámaras de televisión están ahora dotadas con lentes *zoom*. Pero se tiene que cuidar mucho su empleo para no hacer un abuso molesto de sus posibilidades («entrar y salir» alocadamente, o sin un plan bien trazado de filmación). Más adelante se presenta una explicación más detallada de los conceptos técnicos del *zoom*.

Cinta de video. Banda larga de material magnético en la cual se puede grabar imágenes y sonidos, mediante una cámara o procedentes de la señal televisiva o de otra cinta. El formato VHS fue introducido por la firma japonesa JVC en 1974 y ha sido el más utilizado en la enseñanza y en los hogares del mundo. Una versión semiprofesional, el S-VHS, fue muy empleada por los canales de televisión hasta el advenimiento del formato Betacam de la Sony. Como se ha indicado, la digitalización está miniaturizando cada vez más el tamaño de las cintas, sin disminuir la duración de grabación y, más bien, logrando una superior calidad de la imagen y el sonido.

Magnetoscopio. Comúnmente conocido como casetera (*recorder* o *player*). Aparato capaz de grabar y reproducir sonido e imagen de video sobre una cinta magnética. Las videocintas son más anchas y pueden registrar mucha más información que las que se utilizan en la grabación del sonido.

Aquí una explicación tecnológica del proceso analógico:

En un equipo de video, la cámara recoge las imágenes mediante un sistema óptico (objetivo) y las proyecta sobre una superficie recubierta de un material semiconductor que, en función de la intensidad

luminosa que recibe, varía la intensidad de una corriente suministrada. Las señales eléctricas en las que la cámara transforma las imágenes contienen la información sobre la forma, la luminosidad y el color de estas. Las cabezas de grabación del magnetoscopio convierten estas señales eléctricas en una señal electromagnética.

Al pasar por las cabezas de grabación una cinta magnética a velocidad constante, la señal electromagnética que recorre las cabezas orienta en un determinado sentido las partículas magnéticas de la cinta y de este modo queda registrada en esta toda la información que llega a las cabezas. El televisor o monitor, por un proceso inverso, transforma la señal electrónica en imágenes visuales.

3. NUEVA GENERACIÓN DE EQUIPOS

En los últimos años, y al ingresar el siglo XXI con los asombrosos adelantos del *microchip* y la digitalización (conceptos que se desarrollarán ampliamente más adelante), ha irrumpido una nueva generación de equipos que está transformando radicalmente el mundo del *videotape*.

Los nuevos equipos digitales, que convierten las señales al lenguaje binario —series de números 0 y 1—, están perfeccionando la calidad de la imagen y el sonido con valores muy próximos a la calidad de la imagen cinematográfica. En tal virtud, y debido a la enorme rapidez y operatividad de cámaras y a la edición sorprendente del material por computadora (*edición no lineal*), todo a un costo que es la décima parte de lo que representan las mismas labores en el cine, muchos productores y directores están incursionando ya con estos equipos en la realización de películas, tanto en el extranjero como en el Perú.

El uso de los equipos electrónicos (cámaras, grabadoras, micrófonos, luces, microondas) dio lugar a lo que se conoce como ENG (Electronic News Gathering) que impulsó la rápida y ambiciosa cobertura televisiva en el campo (fuera del estudio). Para las distancias continentales y mundiales, o para facilitar la transmisión más directa entre un punto y el canal, se aplica el SNG (Satellite News Gathering), para lo cual se utiliza ahora el llamado sistema *fly away* (una antena parabólica de reducido tamaño, fácilmente transportable por una unidad móvil, capaz de transmitir una señal directamente a un satélite). También existe el EFP (Electronic Field Production) con equipos más grandes y completos. Esta denominación se aplica para grabaciones en el exterior o campo, mediante grandes unidades mó-

Terminología del lente zoom

La óptica, con sus términos científicos, casi siempre es un misterio para los camarógrafos. De algún modo, la mayoría ha podido enfrentarse a las complejidades de los lentes de distancia focal fija y ha tenido pocos problemas en producir imágenes de alta calidad.

Con la introducción del lente zoom y sus intrincados mecanismos internos y lunas extremadamente sofisticadas, muchas y nuevas misteriosas designaciones han causado serias brechas en la comunicación entre los fabricantes, comerciantes y camarógrafos; y, especialmente, entre las técnicas de mantenimiento, casas de alquiler y camarógrafos.

Muchos errores serios se han cometido como resultado de equivocaciones en el uso del zoom. Se ha recopilado una lista de los términos que han sido más cuestionados para evitar tales errores. Hay que tener en cuenta que si bien estas explicaciones pueden parecer algo incompletas para el ingeniero óptico, dan suficiente información al camarógrafo para que tenga un razonable conocimiento de cada término.

Apertura. Un número para designar la capacidad del paso de la luz del lente, referido al número «f» y parada «t».

Back focus. La distancia desde la superficie de la luna más trasera del lente al plano del foco.

Círculo de confusión. La luz que pasa a través del lente para producir una imagen en el film que nunca llega a un punto «verdadero», sino que forma en su lugar un pequeño disco de luz, conocido como el «círculo de la confusión», para cada punto en la escena. En este permisible grado de imagen indefinida reside el principio para calcular la profundidad de campo. Donde los círculos son suficientemente pequeños, áreas de la película lucirán definidas. Para computar la profundidad de campo para lentes de 16 mm, la mayoría está basada en un círculo máximo de confusión de un milésimo de pulgada (2,54 cm).

Collimator. Un dispositivo óptico usado para medir la posición de la imagen en un lente en relación con el plano focal o asiento del lente. Como el collimator puede solo

observar la imagen en un punto en el campo en cualquier momento, ello no puede ser de confianza para determinar toda la performance óptica de un lente.

Profundidad de campo. Cuando un lente es enfocado en un objeto, ese objeto estará en un foco definido. Sin embargo, algunos objetos cercanos y más alejados del lente pueden estar en foco aceptable. La distancia entre los objetos cercanos y lejanos es llamada la profundidad de campo, y todos los objetos dentro de este rango estarán en foco aceptable.

Profundidad de foco. La tolerancia permisible en las distancias del lente o el tubo dentro de la cual la definición de la imagen del objeto punto está arriba de un estándar requerido.

Foco de pestaña. La distancia mecánica desde el asiento de la montura del lente al plano focal. La más común es la montura estándar «C» que es de 17,52 mm.

Número/F. Un número que define la potencia de iluminación de un lente. Esto es obtenido dividiendo la distancia focal del lente entre el diámetro del eje de luz que va a través del lente. Cuanto más pequeño es el número «F», más grande es la apertura, permitiendo un mayor paso de luz por el lente.

Distancia focal. La distancia desde el lente al plano focal, cuando el lente es enfocado sobre un punto en el infinito.

Parada «T». Al mismo tiempo que el número «F» de un lente es una indicación de la potencia de pase de la luz, el número «F» es resultado de un cálculo geométrico, (i.e.) dividiendo la distancia focal por su efectiva apertura. Como resultado de la introducción de lentes combinados que encuentran una pérdida de transmisión debido a las reflexiones superficiales de tantos elementos dentro del lente, el «Sistema T» fue ideado donde la iluminación de la imagen es fotométricamente medida para determinar la real transmisión. El «Sistema T» permite a cualquier lente, sin importar su distancia focal o complejidad de diseño, cuando se fija en una específica parada «T», transmitir la misma iluminación a la imagen de un objeto.

viles, con instalaciones completas en su interior, que permiten el empleo de varias cámaras como en un estudio de televisión.

En el estudio, para la producción y emisión de los programas periodísticos y de otros géneros se utilizan equipos mayores. Estos equipos están enlazados a un control muy complejo —algunos lo llaman *switcher*— desde donde se dirige su operación.

4. TÉCNICAS CINEMATográfICAS

Como el uso del *videotape* considera la utilización de una cámara, las técnicas para grabar la acción son muy similares a las que se aplican en el uso de la cámara cinematográfica. En consecuencia, todos los conceptos técnicos como tomas, planos, ángulos, movimientos, eje de la acción y la continuidad, que gobiernan el trabajo de las cámaras televisivas, tienen su origen en las técnicas cinematográficas.

Una información grabada es una serie de imágenes que cambian continuamente y que muestran acciones desde muchos puntos de vista. Está compuesta por *secuencias*, las que, a su vez, están integradas por diversas *tomas* para captar diferentes *planos*. El plano es una visión continua filmada por una cámara sin interrupción. Por lo tanto, cada toma es, generalmente, un plano, salvo que se aproveche el lente *zoom* para captar más de un plano en una sola toma.

El camarógrafo tiene que hacerse una serie de preguntas fundamentales:

- ¿Cuál es el mejor punto de vista? ¿Puede la acción ser apreciada claramente desde allí?
- ¿Qué aspecto se desea destacar en el momento?
- ¿Se quiere que los televidentes se concentren en un particular detalle de la acción?
- ¿Se desea transmitir una determinada impresión?

La cámara mostrará el suceso al televidente, y lo ubicará como *espectador* de lo que está ocurriendo, como una *experiencia personal* o como el *punto de vista* de un personaje determinado.

Casi el 90 por ciento de las grabaciones periodísticas ubican al televidente como espectador del suceso. A este tipo de intención se la conoce como *ángulo de cámara objetivo* o simplemente *cámara objetiva*. Es la grabación desde un punto de vista externo. El televidente ve el suceso a través de los ojos de un observador invisible. Es el punto de vista del público.

En contadas ocasiones se emplea el *ángulo de cámara subjetivo* o *cámara subjetiva*. Esto ocurre cuando el televidente vive la acción como una experiencia personal, ya sea al ver el suceso a través de los ojos de alguien participante en el hecho, o al sentirse involucrado directamente en el desarrollo mismo de la acción. También se implica al televidente cuando alguien en la escena mira directamente a la cámara, estableciendo así una relación entre espectador y participante del acontecimiento. Tal caso se da con los narradores de noticias. Grabar con cámara subjetiva exige mucha preparación.

Muy empleada en las entrevistas es la tercera posibilidad, cuando el televidente aprecia la acción desde el punto de vista de un personaje determinado, generalmente el entrevistador. Es lo que se puede denominar *ángulo de cámara mixto*. En este tipo de grabación actúa fundamentalmente la cámara objetiva, pero por la posición del entrevistado que mira a un costado de la cámara —donde se supone está el entrevistador— hay mucho de grabación subjetiva por la ubicación de los personajes de la entrevista o conversación.

Un ángulo de la cámara se define como el área grabada y el punto de vista adoptado por la cámara. Tres factores lo determinan:

- El tamaño del sujeto o planos.
- El ángulo del sujeto.
- La altura de la cámara.

4.1. Los planos

El tamaño de la imagen, el tamaño del sujeto en relación con el marco que lo encuadra, determina el tipo de plano adoptado.

Se consideran los siguientes planos básicos (se debe precisar que existen nomenclaturas en inglés y en español con ciertos matices diferenciadores; por ejemplo, el plano de tres cuartos es llamado *plano americano* en Europa, aunque los norteamericanos denominan así al plano medio de dos personas o *two shot*):

4.1.1. Planos generales amplios

Describen una gran área desde gran distancia. Se usan siempre que se quiere mostrar un gigantesco alcance del suceso. En televisión, por el pequeño tamaño de los receptores, comparado con las dimensiones del ecran de una sala cinematográfica, que no permite apreciar debidamente los detalles, este tipo de planos debe utilizar-

se solo muy justificadamente, como por ejemplo cuando se quiere mostrar la magnitud de una inundación.

4.1.2. Planos generales

Abarcan toda el área de la acción. El lugar, las personas y los objetos de la ocurrencia se muestran en un plano general para familiarizar al televidente con la apariencia general del escenario del suceso.

4.1.3. Planos medios

Se les puede definir mejor como planos intermedios, pues se sitúan entre un plano general y un primer plano. Los sujetos son grabados desde la cintura o los muslos, a lo más. Son los planos típicos para el *stand up* o presencia en cámara de los reporteros, y para los *two shot* o los planos a dos, de las entrevistas o conversaciones.

4.1.4. Primer plano

Es el que muestra a un sujeto de gran tamaño, prominente, exclusivo, en la pantalla. Tiene enorme impacto visual. Se le utiliza para mostrar detalles, poner énfasis, revelar reacciones y dramatizar. Hay varios formatos: desde un punto entre la cintura y los hombros hasta por encima de la cabeza; desde justo debajo de los hombros hasta encima de la cabeza; solo la cabeza; desde justo debajo de los labios hasta justo encima de los ojos. El primer plano más recomendado es el de hombro y cabeza. También desde el pecho a la cabeza, también conocido por algunos como medio primer plano.

4.1.5. Insertos

Son los primeros planos a toda pantalla (macros) de cartas, telegramas, fotografías, periódicos, señales, carteles u otro material escrito o impreso. Se graban después de que se ha captado la acción principal para su inserción en el proceso de edición.

4.1.6. Planos descriptivos

Son los planos captados por una cámara en movimiento. Los principales son:

- *Panorámicos*, cuando la cámara gira sobre su eje vertical, de derecha a izquierda o viceversa, o de arriba abajo y viceversa, para lo que se debe contar, preferentemente, con un trípode. La panorámica debe hacerse en una sola dirección, sin una inversión inmediata en la misma toma.
- *Travellings*, cuando la cámara se moviliza utilizando artificios (vehículos, vías, *dolly* o grúa) o sobre los hombros del camarógrafo, recurso típico del reporterismo televisivo. Los *travellings* pueden hacerse sobre sujetos u objetos fijos; o sobre sujetos que se desplazan (planos de seguimiento).
- *Contrapicados* son los planos captados por una cámara enfocada hacia arriba de donde se halla el sujeto; y *picados* son los planos contrarios, con la cámara mirando hacia abajo.
- *Contraplanos* son los grabados desde la dirección opuesta al plano anterior. En periodismo se emplea en las entrevistas para captar al reportero. Cuando se usa una sola cámara el contraplano debe ser captado cuando ha terminado la entrevista.
- *Planos de reacción* son tomas mudas, generalmente primeros planos, de sujetos que observan o son testigos de lo que está ocurriendo. Se graban como tomas separadas si solo implican observación.
- *Planos de corte* son los primeros planos de, por lo común, pequeños detalles del lugar o de la acción, que se toman para facilitar la edición posterior de la nota.

4.2. Ángulo del sujeto

Son las tomas que persiguen mostrar en tres dimensiones (alto, ancho y lados) a los sujetos y objetos con la finalidad de otorgar profundidad al plano. Esto se logra colocando la cámara en un ángulo de 45 grados con relación al sujeto de la toma. Este ángulo se llama también de tres cuartos. Tal angulación permite grabar a la gente con volumen y a los objetos sólidos con dos o más caras, y crea líneas convergentes que producen perspectiva, sugiriendo tres dimensiones. En lo posible, se debe evitar filmar frontal o lateralmente mostrando solo la parte delantera y lateral de personas y objetos. Por lo tanto, una de las preocupaciones fundamentales del camarógrafo debe ser la búsqueda permanente de profundidad en los planos.

4.3. La altura de la cámara

Pese a que la altura de la cámara es tan importante como la distancia de la cámara y el ángulo del sujeto, a menudo se la descuida. Se puede lograr detalles sumamente interesantes, desde los puntos de vista artístico, dramático y psicológico, ajustando la altura de la cámara con respecto al sujeto. Se puede influir en la participación y reacción del televidente mostrando los hechos desde una altura efectiva y bien lograda. Estas son las alturas por estudiar:

4.3.1. Ángulo de nivel

Es el que permite grabar desde el nivel de la vista de un observador de altura media, o desde el nivel de vista del sujeto. Estas tomas se hacen para las grabaciones objetivas, que presentan lo visto por un observador (desde una altura promedio de 1,65 metros). Los primeros planos de una persona deben hacerse desde el nivel de vista del sujeto y no del camarógrafo. De esta manera, hay que modificar la altura de la cámara si la persona está de pie o sentada.

4.3.2. Ángulo alto

Un plano en ángulo alto es cualquier toma en que la cámara es inclinada hacia abajo, o picada, para ver al sujeto o los detalles de un lugar. Esos planos reducen la altura de una persona u objeto. La angulación elevada es excelente para mostrar a un personaje empujado por sus acciones o entorno, para mostrarlo disminuido.

4.3.3. Ángulo bajo

Un plano de ángulo bajo es cualquier plano en el cual la cámara se orienta hacia arriba para ver al sujeto. Los planos bajos se utilizan para inspirar respeto, aumentar la altura o velocidad del sujeto, para intensificar el impacto dramático. Son ideales para captar edificios y objetos religiosos porque colocan al televidente en el lugar más bajo desde el que tiene que mirar hacia arriba, hacia Dios. El mismo efecto es útil cuando se capta a personajes importantes.

4.3.4. Ángulo más ángulo

Es cuando se capta un plano con una cámara angulada en relación con el sujeto inclinada hacia arriba o hacia abajo. Esta doble angula-

ción recogerá el mayor número de facetas del sujeto, dando como resultado un fino modelaje, ofreciendo la perspectiva lineal más potente y produciendo un tercer efecto dimensional. Este doble ángulo es una combinación del ángulo tres cuartos, y del alto o bajo.

4.3.5. Ángulo holandés

Es un ángulo de cámara alocadamente inclinado, en el cual el eje vertical de la cámara está en ángulo con respecto al eje vertical del sujeto. Esto da como consecuencia una inclinación de la imagen de la pantalla, que queda desequilibrada. Estas imágenes deben ser utilizadas solo para secuencias que necesitan efectos extraños, violentos, inestables, impresionistas o de cualquier tipo innovador (por eso son muy empleadas para *videoclips* y avisos comerciales). En general, el ángulo holandés muestra desequilibrios psicológicos o estados emocionales angustiosos.

4.4. Combinaciones de los ángulos de la cámara

El área grabada, el tipo de plano, el punto de vista y el ángulo de la cámara en relación con el sujeto pueden ser empleados siguiendo diversas combinaciones para producir secuencias con variedad visual, interés dramático y continuidad cinematográfica.

El uso de estos aspectos da lugar a las siguientes cuatro combinaciones básicas:

1. *Progresivas*: Cuando las imágenes se muestran en el suceso de tamaño creciente (plano general, plano medio, primer plano).
2. *Regresivas*: Las imágenes decrecen en tamaño (primer plano, plano medio, plano general).
3. *Contrastantes*: Estos planos utilizan parejas de imágenes de tamaño diferente en oposición. Se puede contrastar un plano general con un primer plano, o viceversa.
4. *Repetitivas*: Utilizan una serie de imágenes del mismo tamaño. Una serie de primeros planos puede captar reacciones en una multitud. Es la combinación típica de una entrevista o conversación.

LECCIÓN N° 3

TECNOLOGÍA APLICADA

EN LA LABOR PERIODÍSTICA

Objetivo

Dominar la aplicación de los recursos tecnológicos más utilizados en la televisión informativa.

1. TÉCNICAS PARA CAPTAR EL VIDEO

Las coberturas de los acontecimientos corresponden a lo que se conoce como acciones incontroladas e imprevistas. Es decir, el camarógrafo no puede determinar cómo deben ocurrir los hechos, tal como suceden en las producciones de ficción (películas, series, telenovelas), en las que la acción es controlada. El camarógrafo periodístico debe adaptar sus esfuerzos a las condiciones existentes, para obtener los mejores resultados. En su labor, debe preocuparse fundamentalmente del ángulo de la cámara y de la distancia focal. Todo limitado por las restricciones de luz y espacio y los frecuentes riesgos físicos de su actividad.

Siempre debe utilizar tres planos: un *plano general* para mostrar el lugar del suceso, permitir al televidente seguir amplios movimientos, mostrar la posición relativa de los sujetos y establecer un marco; *planos de acción* (medios o primeros planos) para presentar los hechos; y *planos de corte* (detalles) para facilitar la edición.

El camarógrafo debe dominar los conceptos de *eje de la acción* y *continuidad direccional*.

El *eje de la acción* se puede entender como una línea imaginaria que se traza el camarógrafo en el lugar de los hechos. Y lo hace para ubicarse todo el tiempo en un lado de esa línea con la finalidad de

respetar la *continuidad direccional* de su grabación. En un desfile, por ejemplo, el avance de todos los destacamentos debe ser mostrado en una sola dirección en la pantalla (de izquierda a derecha, o viceversa, según la ubicación escogida).

Hay dos tipos de dirección en la pantalla:

1. Dinámica (cuerpos en movimiento).
2. Estática (cuerpos en reposo).

La *dirección dinámica* puede ser:

a) *Constante*: De izquierda a derecha o de derecha a izquierda, tal como se ha adelantado en la referencia al eje de la acción. Esta clase de dirección describe al sujeto en una sola progresión. Una vez establecida la dirección en la pantalla para un movimiento determinado, esta debe mantenerse. De no ser así, se mostraría al sujeto volviendo al punto de partida.

b) *Contrastada*: Tanto de izquierda a derecha como de derecha a izquierda. Describe el movimiento del sujeto en direcciones opuestas cuando es necesario mostrar a una persona o vehículo yendo y volviendo, o siempre que se debe mostrar a dos sujetos acercándose el uno al otro, por ejemplo cuando dos grupos de combatientes avanzan para enfrentarse. Uno lo hace de izquierda a derecha, otro de derecha a izquierda. También cuando dos personas conversan frente a frente.

c) *Neutral*: Describe a los sujetos moviéndose hacia o desde la cámara. En tanto los movimientos neutros no implican una dirección, pueden ser mezclados con escenas que muestren movimientos en cualquier dirección. Los planos neutros se usan para dar variedad a las tomas y para corregir rupturas del eje de la acción.

La *dirección estática* se preocupa de cómo están orientados y hacia dónde miran y señalan los sujetos en la pantalla. Esta es una preocupación que se tiene muy presente sobre todo en las grabaciones de ficción y con menor frecuencia en las periodísticas. Así, por ejemplo, cuando alguien está con la mirada dirigida de izquierda a derecha, el sujeto que está mirando debe aparecer de derecha a izquierda.

2. LA ILUMINACIÓN

La iluminación es muy importante para lograr imágenes con los colores adecuados y correctos. Para ello, en primer lugar el camarógrafo tiene que calibrar su cámara (hacer el *auto white* o el *ajuste de*

blanco) cada vez que cambia de ambiente, ya que las condiciones de luz varían notablemente. El ejemplo más típico es grabar en un interior y salir a un ambiente exterior, con mucho sol. La cámara tendrá que ser calibrada para cada situación.

Hay dos clases de iluminación: la *natural* y la *artificial*.

La primera se presenta en los ambientes exteriores o interiores con grandes ventanales, con apreciable ingreso de luz solar. Y aun en la iluminación natural hay matices: día muy soleado, lluvioso, neblinoso, y por la hora del día (amanecer, al mediodía, atardecer). En todos estos casos, se debe seguir la regla de la calibración de la cámara cada vez que hay un cambio notorio en las condiciones luminosas.

La iluminación artificial apela al uso de lámparas. Por lo general un equipo reporteril utiliza un equipo de luces, con batería (*power belt*) o para conexión a una toma de corriente, para grabaciones en interiores. En ocasiones los reporteros pueden contar con más de una lámpara o hacer grabaciones en los estudios. En estos casos se deben considerar cuatro fuentes básicas de luz: la *principal* (ilumina bien en ángulo de tres cuartos al sujeto); la *luz de apoyo* (ilumina el otro lado del rostro); la *luz de separación* o *contraluz* (ilumina directamente la parte de atrás del sujeto para destacar y delinear la cabeza y los hombros); y la *luz de fondo* (ilumina la escenografía).

2.1. El contraluz

Hay que mostrar cuidado y preocupación por el asunto del contraluz —es decir, de la fuente luminosa detrás del sujeto— cuando no se cuenta con los otros recursos lumínicos. Si no se tiene en cuenta se puede producir una grabación en la que no se distinga bien el rostro del personaje, por mostrarse oscurecido; por ejemplo, cuando se coloca a alguien delante de una ventana o con el sol detrás.

Sin embargo, el contraluz puede ser un recurso por emplearse cuando no se quiera mostrar el rostro de alguien que no debe ser reconocido por dar un testimonio comprometedor o bochornoso (un arrepentido, una violada).

3. EL SONIDO

La cámara capta el sonido a través de los micrófonos. Estos son aparatos que transforman las ondas sonoras en vibraciones de corriente eléctrica para ser registrados en el mismo video, en uno de

sus canales de audio. Los casetes VHS tienen dos canales. Cuando se trata de captar el sonido de un micrófono, por ser el mejor, se prefiere grabar en el canal 1.

Los micrófonos para el trabajo reporteril pueden ser de dos clases: *incorporados* o *conectados*. Los primeros son los que están instalados en la cámara y sirven sobre todo para captar el llamado sonido directo, natural o ambiental. Son omnidireccionales, es decir, captan las ondas sonoras de todas las direcciones. Por ello, no sirven para determinadas tareas reporteriles como las entrevistas, ya que no solo captarían lo que dice el entrevistado sino también todos los ruidos que se produzcan en el momento de la entrevista, por lo que la declaración no sería nítida y estaría mezclada con las otras fuentes sonoras. Micrófonos omnidireccionales son utilizados en los estudios para captar voces de varias personas sentadas alrededor de una mesa.

Por lo general, para el trabajo reporteril se utilizan los micrófonos conectados a la cámara, ya sea por un cable (*alámbricos*) o por micrófonos transmisores que emiten su señal a un receptor instalado en la cámara (*inalámbricos*). Estos últimos, por su costo y refinada tecnología, son de uso limitado en la cobertura informativa (en los programas de entretenimiento o periodísticos en estudio su empleo es muy común).

Los micrófonos conectados pueden ser *unidireccionales*, también llamados frontales, ya que captan con mucha sensibilidad los sonidos que vienen en una sola dirección (de frente) y eliminan o atenúan las fuentes sonoras de otros orígenes. A este tipo corresponden también los micrófonos con sujeción a clip o *lavalier* (solaperos).

Existen igualmente los micrófonos *direccionales*, que recogen el sonido de dos direcciones opuestas. Son los típicos micrófonos de los reporteros, especialmente para las entrevistas.

Figuran también los micrófonos *superdireccionales*, llamados en jerga «fusiles» o *shotgun*, que tienen por misión principal la de colocar en primer plano una única fuente, sacándola de otras circunstancias, y captar con claridad sonidos incluso muy lejanos. Son de uso frecuente en las tomas de acontecimientos deportivos donde, junto con las cámaras que siguen la acción, captan sonidos y ruidos en vivo. De aspecto externo muy alargado, se afirma que estos micrófonos son utilizados, en versiones muy sofisticadas, para labores de espionaje.

GLOSARIO

Ángulo $\frac{3}{4}$	La cámara capta dos lados de un objeto, con lo que se logra dar profundidad a los planos.
Ángulo alto	La cámara se inclina hacia abajo (<i>picada</i>).
Ángulo bajo	La cámara se orienta hacia arriba (<i>contrapicada</i>).
Ángulo de nivel	La cámara graba desde el nivel de vista de un observador de altura media. Son los ángulos más utilizados.
Ángulo holandés	El eje vertical de la cámara está en ángulo con respecto al eje vertical del sujeto, con lo que la imagen se presenta inclinada.
Ángulo más ángulo	Combinación del ángulo $\frac{3}{4}$ y el alto o bajo.
Betacam	Sistema ENG de cinta de video de media pulgada, con calidad <i>broadcasting</i> , introducida por la compañía Sony. Este sistema ha continuado desarrollando para ofrecer mejores modelos para los mercados industrial y profesional.
Black	Hace el color negro más intenso.
Boom	Jirafa tipo de micrófono largo y extensible, generalmente apoyado sobre un pedestal de suelo.
Camcorder	También llamado Camascopio, sistema ENG en el que se combina en una cámara la grabación del sonido y las imágenes, al tener incorporada una casetera o VCR.
CNN	<i>Cable News Network</i> . La mundialmente conocida cadena de noticias fundada por Ted Turner.
Consola de audio	El componente que controla micrófonos, reproductores de CD y otros equipos de audio.
Continuidad direccional	Cuando los sujetos de una grabación mantienen una sola dirección en su desplazamiento.
Continuidad	En edición se llama así a la que se hace con base en secuencias captadas de acuerdo con un libreto-guión.
Contraluz	Iluminación de la parte de atrás del sujeto que no permite apreciar los detalles del rostro. Es utilizado generalmente para testimonios en los que no se quiere que se reconozca a los autores.
Cutaway	Una toma de un detalle que no corresponde a la acción principal que será insertada entre las tomas de esa acción principal, a menudo para evitar un salto de la imagen.
Dirección constante	Presenta a los sujetos en una sola progresión.
Dirección contrastada	Presenta a los sujetos en progresiones opuestas.
Dirección estática	Es la que muestra la dirección de las miradas y los gestos.

Dirección neutral	Los sujetos se mueven hacia o desde la cámara.
Disolvencia	Gradual desaparición del final de una toma en el comienzo de la siguiente.
Dolly	Carrito en el cual la cámara puede ser trasladada durante una toma.
DTV	<i>Digital Television</i> . Una designación genérica para los sistemas de televisión digital.
Edición no lineal	Edición digital que se realiza en el lenguaje informático de las computadoras. Las imágenes son digitalizadas y una interfase visual permite su edición.
Efectos	Sonidos grabados distintos de la música y la narración.
EFP	<i>Electronic Field Production</i> . Equipos para la producción y realización de programas fuera de los canales.
Eje de la acción	Línea imaginaria que se traza el camarógrafo para realizar todas sus tomas desde un solo lado.
ENG	<i>Electronic News Gathering</i> . Equipos de producción ligera para coberturas periodísticas en el campo.
Estación terrena	Una estación terrestre que establece un enlace con un satélite. Algunas estaciones terrenas transmiten y reciben señales; otras solo las reciben.
Fade to black	<i>Ir a negro o fundido</i> en una edición.
Fade-in	Gradual aparición de una toma de la oscuridad o <i>negro</i> .
Fade-out	Una toma que desaparece gradualmente en la completa oscuridad o <i>negro</i> .
Foco	Ajuste de la distancia de un lente en el que la imagen está mejor definida.
Frame	Un cuadro de una grabación o película, que sirve para precisar el movimiento de la acción. En la televisión peruana, treinta cuadros duran un segundo para un movimiento normal.
Frisado	Congelado de la imagen, como si fuera una fotografía.
HDTV	<i>High-Definition Television</i> . Un nuevo estándar de televisión que puede tener casi la calidad de un <i>film</i> (más de mil líneas de definición). Un televisor con HDTV tiene proporciones 16:9 en ancho y altura, respectivamente, en lugar del 4:3 de los aparatos convencionales. Se ha desarrollado tanto en la configuración analógica como en la digital.
Insertos	<i>Inserts</i> . Primeros planos a toda pantalla de cartas, telegramas, fotografías, periódicos, señales, carteles u otro material escrito o impreso.

Intelsat	<i>International Telecommunications Satellite Organization</i> . El más grande y antiguo consorcio internacional para la operación satelital. El Perú es socio del consorcio.
Isla de edición	Se llama así al recinto en el que se encuentran los equipos necesarios para editar los videos.
Lavalier Mike	Micrófono Lavalier. Se utiliza en sustitución del micrófono de mano o de mesa. Es de pequeño tamaño y se cuelga del cuello o se sostiene en la corbata o solapa, por lo que puede recibir el nombre de «corbatero» o «solapero».
Lineal	Es el sistema de edición que utiliza magnetoscopios interconectados. Puede ser analógico o digital. Todavía es el sistema más utilizado para la rápida y apremiante edición en los noticieros.
Magnetoscopio	Comúnmente conocido como casetera o VCR, capaz de reproducir o grabar un video.
Minicam	Minicámara. Cámara portátil de videocinta mediante la cual es posible transmitir una noticia a la estación en el mismo momento en que ocurre. También se le conoce como cámara de acción.
Mute	Sin sonido.
No lineal	Sistema digital de edición por computadora. Se utiliza para las ediciones que requieren un tratamiento sofisticado que toma mucho tiempo.
NTSC	<i>National Television Standard Committee</i> . Una norma de color creada en 1951, usando 525 líneas e imágenes de sesenta campos (ciclos) por segundo. Se aplica en norte, centro y muchos países de Sudamérica, así como en el Japón.
Off	Narración que se hace sin que el reportero o narrador se muestre ante una cámara.
On	Indica que el reportero o el narrador están ante la cámara en vivo.
PAL	<i>Phase Alternation Line</i> . Norma de color desarrollada en Alemania usando 625 líneas y cincuenta campos (ciclos) por segundo. Es la norma predominante en Europa.
Pan	Giro lateral de la cámara para mostrar un panorama horizontal.
Pan: panning	Abreviación de panorama. Se refiere a las tomas que se hacen moviendo la cámara sobre su eje vertical.
Parabólica	Antena en forma de plato capaz de transmitir y recibir señales utilizando satélites de comunicaciones.

Planos de acción**Plano de corte****Plano general amplio****Plano general****Plano medio****Planos de reacción****Power Belt****Primer plano medio****Primer plano****Reverse questions****SECAM****Shot list****SNG****Sot****Tilt**

Muestran el desarrollo de un suceso.

Cutaway. Son planos que se insertan para evitar cortes bruscos.

Extreme Long Shot. Describe una gran área desde gran distancia. Se usa para impresionar al público con el gigantesco alcance del escenario o el suceso.

Long Shot. Abarca toda el área de la acción. Se usa para establecer todos los elementos del lugar del suceso. Muestra de cuerpo entero a los sujetos.

Medium Shot. Intermedio entre un plano general y un primer plano. Los sujetos son grabados desde los muslos o desde la cintura. El plano medio es el más utilizado tanto en el campo como en el estudio.

También conocidos como contraplanos. Tomas grabadas con posterioridad a una entrevista para ser usadas tanto para evitar «saltos» en la imagen cuando se edita la entrevista, como para mostrar la presencia del reportero, quien debe aparecer con una apariencia neutra (sin asentimientos).

Cinturón con baterías utilizado para dar energía a las luces.

Toma realizada desde el pecho hacia arriba.

Close up. Toma realizada desde los hombros hacia arriba. Puede ser de solo la cabeza (*head close up*) y del rostro debajo de los labios hasta encima de los ojos (*choker close up*).

También llamadas contratomas. Repetición de una pregunta formulada previamente por el reportero, después de que la entrevista ha concluido. La cámara enfoca solo al reportero en la posición correspondiente a la ubicación respecto del entrevistado.

Sequential Couleur a Memoire. Sistema de color usado en Francia y Europa Oriental, desarrollado sobre la base del sistema PAL con 625 líneas y cincuenta ciclos por segundo.

Relación de planos de una filmación.

Satellite News Gathering. Pequeñas y transportables antenas para transmitir directamente a los satélites noticias desde cualquier lugar.

Sonido grabado en videocinta.

Describe el movimiento de la cámara hacia arriba (*up*) o hacia abajo (*down*) en referencia a su eje horizontal.

Toma mixta	Fundamentalmente objetiva, pero por la posición — que mira a alguien al costado del lente — se aproxima a la toma subjetiva.
Toma objetiva	Grabación de un hecho desde un punto de vista externo que es siempre el del público.
Toma subjetiva	El televidente vive la acción a través de los ojos de alguien participante en el hecho.
Tomas contrastantes	Imágenes de tamaño muy diferente en una secuencia.
Tomas progresivas	Las imágenes se muestran en tamaño creciente (plano general, plano medio, primer plano).
Tomas regresivas	Las imágenes decrecen en tamaño (primer plano, plano medio, plano general).
Tomas repetitivas	Imágenes de igual tamaño en una secuencia.
Two Shot	Un plano medio que muestra dos personas. Se le llama también plano americano.
VCR	<i>Video Cassette Recorder</i> . Grabadora de cinta de video. Equipo que contiene el mecanismo para grabar sonido e imagen.
Videotape	Cinta magnética de diferentes anchos que permite la grabación de imágenes y audio. Se le conoce también como casete o video.
VHS	Cinta de video de media pulgada (un poco más de un centímetro) de uso muy generalizado en las <i>camcorders</i> de aficionados. Afirman que será desplazado por los formatos digitales.
Zoom	Lente especial con diferentes distancias focales para ajustar el tamaño de la escena.
Zoom	Término usado también para mover la cámara rápidamente hacia los sujetos (<i>zoom in</i>) o desde los objetos (<i>zoom back</i>).

CUESTIONARIO DE REVISIÓN

1. Explique por qué se dice que la televisión no fue invento de un solo hombre genial.
2. Mencione cinco grandes hitos en el desarrollo y aplicación de la televisión en el mundo.
3. Indique qué canales peruanos se fundaron en los años 1958, 1969 y 1983.
4. Describa el principio técnico mediante el cual opera la televisión.
5. Precise cuáles son el sistema y la norma de color de la televisión peruana.
6. Explique las tres formas de hacer transmisiones televisivas a distancias continentales y mundiales.
7. ¿Por qué se dice que la mejor información televisiva es la que requiere el menor texto posible?
8. Explique qué equipos cinematográficos tuvo que utilizar la televisión en sus primeros años.
9. ¿Qué significó la invención del *videotape* o videocinta en el desarrollo de la operación periodística televisiva?
10. Explique a qué se denomina *camcorder* y cuáles son sus elementos básicos.
11. ¿Para qué sirven los magnetoscopios?
12. Explique para qué sirven los equipos electrónicos ENG, SNG y EFP.
13. ¿Cuáles son las cuatro preguntas fundamentales que tiene que hacerse el camarógrafo?
14. Explique lo que se conoce como la *cámara subjetiva*.
15. Mencione cuatro clases de planos básicos que se utilizan en una grabación.
16. Describa lo que son los *travellings* con la cámara.
17. ¿Cuáles son las combinaciones dinámicas de los ángulos de la cámara?
18. Explique por qué es muy importante respetar el *eje de la acción*.
19. ¿Cuáles son las fuentes básicas de luz en un estudio?
20. Entre los micrófonos que se utilizan para captar el sonido existen los llamados *superdireccionales*. Descríbalos.

**TERCERA UNIDAD
DE APRENDIZAJE**

LA GESTIÓN
PERIODÍSTICA EN
LA TELEVISIÓN

Objetivo

Entender las características distintivas del periodismo televisivo y aprender a concebir material noticioso para su aplicación en coberturas reporteriles.

Sumario

Lección N° 1: Principios y generalidades del periodismo televisivo

Lección N° 2: La dinámica de la búsqueda informativa

Lección N° 3: La acción reporteril en el campo

LECCIÓN Nº 1

PRINCIPIOS Y GENERALIDADES DEL PERIODISMO TELEVISIVO

Objetivo

Entender los principios y criterios básicos que rigen el periodismo de televisión.

1. LA COMPLEJIDAD DEL PERIODISMO DE TV

Trabajar como periodista en televisión no es fácil. Las características del lenguaje del medio ponen en juego constantemente la capacidad intelectual y las convicciones principistas de un profesional que se enfrenta a la información con unos condicionamientos, a veces, difíciles de superar.

Por otra parte, la tecnología avanza vertiginosamente, imponiendo nuevos retos al profesional; y el mundo sobre el que se debe informar es cada día más complejo. Todas estas razones implican que el periodista debe estar muy bien preparado.

El periodista de televisión tiene que ser un buen periodista en el sentido más clásico. Debe tener un gran respeto por los principios fundamentales de la labor informativa.

El periodista mantiene relación con todo lo que lo rodea, porque el suceso noticioso puede producirse en cualquier momento y lugar. Si tiene los ojos y oídos bien abiertos, si lee de todo, se entera de lo que informa la radio y la televisión, y se interesa por todo, siempre puede hallar un hecho que merezca una cobertura, es decir, ser puesto en conocimiento del público.

Es, pues, una profesión sin horarios, en la que en cualquier momento el periodista puede verse obligado a enfrentar tareas, muchas

veces inesperadas, que lo obliguen a viajar a lugares peligrosos e inhóspitos, a trabajar sin horarios fijos, inclusive los domingos y feriados.

Llegar a ser periodista de televisión consiste en aprender la manera de transformar unos hechos, a menudo confusos, desordenados y complejos, en información clara, sencilla y comprensible para todo tipo de espectadores, empleando el lenguaje informativo más difícil: el de la imagen, el sonido y el movimiento. Por lo tanto, los periodistas que llegan a la televisión necesitan, más que cualquier otro, saber cómo se trabaja en este medio.

Se ha dicho que el periodista *nace*, pero en la televisión se puede decir que el periodista *se hace*. Y esto porque en la televisión el aprendizaje es una preocupación permanente para lograr la suficiente habilidad y confianza que permitan utilizar los notables recursos técnicos — cada vez más desarrollados y novedosos— que se convierten en sus herramientas imprescindibles de trabajo.

El periodista que empieza a trabajar en televisión tiene dos obligaciones: la primera, aprender a informar de manera adecuada para que el televidente pueda obtener el máximo provecho de sus palabras y de la imagen; la segunda, adquirir los suficientes conocimientos técnicos del medio para obtener el rendimiento que demanda la combinación de la narración, la imagen, el sonido ambiental y los recursos electrónicos existentes. Todo con el objetivo de elaborar la información más impactante posible.

Por otra parte, los periodistas de televisión que salen en la pantalla —reporteros, narradores, comentaristas, entrevistadores— tienen que mostrar condiciones naturales y formales que no son exigibles en los otros medios. Así, deben poseer presencia telegénica (caer bien a los televidentes), personalidad periodística, buena voz y dicción perfecta. Ocurre entonces que buenos periodistas de los medios escritos y radiales no triunfan o fracasan cuando incursionan en la televisión por no contar con esas condiciones obligatorias.

El periodista de televisión debe también ser consciente de que es parte fundamental de un medio mundialmente considerado como la principal fuente informativa de la gente. Todos los estudios realizados al respecto, con algunas diferencias entre los países que no alteran la tendencia, son categóricos: de cada diez personas, casi cinco se informan por la televisión, casi tres por los diarios y dos por la radio. Pero en sucesos de especial magnitud y urgencia, la televisión se convierte prácticamente en una arrolladora fuente de

información, como lo fue en el caso de los atentados terroristas en los Estados Unidos (contra las torres gemelas en Nueva York y contra el Pentágono en Washington), en los que casi el 85 por ciento de las personas se informó por sus televisores. Esto implica una gran responsabilidad profesional para el periodista televisivo; y, por otro lado, la posibilidad de alcanzar la popularidad y el reconocimiento que no se consiguen en los otros medios.

Por último, los periodistas de televisión destacados obtienen sueldos muy superiores a los de sus colegas de otros medios. En algunos casos, como en el de los narradores y conductores, que en el argot televisivo son considerados «talentos» por aparecer en pantalla, se registran cifras realmente espectaculares. En un noticiero, por ejemplo, no es raro que los narradores ganen mucho más que el resto de la plana periodística, pese a que su participación les demanda apenas unas horas a la semana y a que no tienen intervención alguna en las agotadoras y largas jornadas propias de la labor periodística.

2. LOS CINCO CRITERIOS BÁSICOS

Para desempeñarse con propiedad, el periodista de televisión debe tener presente siempre cinco criterios básicos y generales de su quehacer informativo.

1. Debe acostumbrarse a *pensar en imágenes*; esto es, a tratar de contar con todas las imágenes que requiera para resolver sus coberturas informativas. En todo momento debe imaginar cómo va a ser mostrada su información en la pantalla. Debe ser consciente de que el lenguaje de sus medios es, sobre todo, imagen y sonido. De ahí que, en el terreno de los hechos, debe preocuparse de coordinar permanentemente su labor con su camarógrafo para grabar todos los aspectos de interés del suceso.

2. Debe cuidar que la narración o el texto que se escriba tengan su correspondencia en las imágenes que se muestran. Lo mejor que puede suceder al respecto es que las imágenes sean tan precisas e informativas que no requieran de mayor narración.

3. Debe entender que la narración o el texto no deben ser descriptivos, sino informativos. Es decir, que no se puede aludir a lo que los televidentes están viendo en sus pantallas, porque sería una redundancia. Todo lo que diga o escriba debe tener como finalidad dar detalles que las imágenes por sí solas no pueden brindar. Se enten-

derá que este es uno de los aspectos que diferencian a la información televisiva de la que se da en el periodismo escrito o radial, en los que la descripción es una obligación ineludible, ya que no hay forma de enterar a la gente de qué es lo que ha pasado o está pasando.

4. Debe emplear el sonido directo, ambiental o natural. Esta debe ser una preocupación básica y permanente. Ese sonido contribuye a dar el mayor de los impactos a la información televisiva. Si se ha afirmado hace mucho tiempo que una imagen vale por mil palabras, una imagen con sonido propio y movimiento vale muchísimo más; tanto, que la cadena mexicana ECO sostenía que vale por un millón de palabras. Sin duda una exageración, pero que destaca el impacto insuperable del lenguaje televisivo.

5. Debe informar y redactar textos que puedan ser entendidos por todos los públicos. Y debe hacerlo con oraciones breves, sencillas y con vocablos familiares, de uso común. En consecuencia, debe evitar las frases de construcción complicada y los términos sofisticados o muy especializados.

LECCIÓN Nº 2

LA DINÁMICA DE LA BÚSQUEDA INFORMATIVA

Objetivo

Comprender lo relacionado con la concepción y búsqueda noticiosas en la televisión, y aprender a elaborar y dirigir el cumplimiento de un cuadro de tareas.

1. LAS TRES ETAPAS

En la gestión periodística de un canal de televisión hay tres etapas claramente diferenciadas:

- a) la búsqueda informativa;
- b) el aprovechamiento y edición de esa búsqueda; y,
- c) la realización y producción del resultado en la pantalla.

La búsqueda informativa es quizá la etapa fundamental. De su eficiencia y logros dependerá la riqueza noticiosa de los espacios periodísticos de la televisora.

La búsqueda tiene dos momentos:

- 1) la concepción informativa (determinación del contenido de un cuadro de tareas, comisiones o asignaciones); y
- 2) la acción en el campo (ejecución del cuadro de comisiones).

2. EL CUADRO DE COMISIONES

Un cuadro de comisiones es la «orden de batalla» de los jefes de informaciones en su diaria campaña por cubrir todos los frentes noticiosos con los recursos humanos y materiales con los que cuen-

ta el medio. En él están consignadas las comisiones que cada reportero debe cubrir y unas pocas palabras acerca de su realización.

Un cuadro de comisiones debe ser tan conciso y preciso que aun un editor no informado que tome el turno sin una conversación previa puede reconocer cuáles son las informaciones del día y cómo la mesa de informaciones está utilizando sus recursos para cubrirlas. Podría, entonces, estar en condiciones de atender las llamadas de los reporteros, y, si vienen a la redacción, describir qué noticias tienen, sin pérdida de tiempo.

Un conocedor que lee rápidamente un cuadro de asignaciones puede decir, de inmediato, cómo están distribuidos los reporteros, y precisar quiénes tienen las comisiones que requieren cuidado y esfuerzo y cuáles han recibido tareas que exigen menos experiencia profesional.

Su contenido se basa en dos tipos de cobertura:

a) Las *esperadas, planeadas o programadas*, que son las actividades anunciadas, los seguimientos informativos y las búsquedas realizadas por iniciativa propia. Por lo general estas tareas se determinan la noche anterior en lo que se llama el «precuadro», y servirán de base para la elaboración del cuadro definitivo en la mañana siguiente.

b) Las *inesperadas*, que ponen a prueba la rapidez, capacidad y talento del personal, ya que obligan muchas veces a alterar un cuadro de comisiones ya elaborado y en plena ejecución. Se toma conocimiento de ellas: a) por aportes ajenos o colaboraciones del público; b) por el «rastreo o escaneo» de comunicaciones radiales; c) por las noticias del exterior que pueden tener repercusión local («aterri-zaje» noticioso, como se dice en algunos países); y, d) por las emisiones de medios televisivos y radiales. Para la cobertura de hechos inesperados se exige preocupación verificadora, rapidez de decisiones y búsquedas complementarias.

3. LOS JEFES DE INFORMACIONES

Los responsables de la elaboración de los precuadros y los cuadros de comisiones son los jefes de Informaciones, también conocidos como jefes de Mesa o de Asignaciones. Se trata de un personal de la máxima importancia en la organización periodística de un canal. De su gestión dependen en gran medida la calidad y la eficacia de la cobertura informativa del medio. A cualidades profesionales de es-

pecial nivel deben sumar mucha resistencia física y mental para poder organizar y conducir el trabajo de los equipos de reporteros, camarógrafos y personal auxiliar durante varias horas intensas, mientras atienden innumerables contactos telefónicos de diferentes orígenes y propósitos y mantienen una permanente coordinación con los escalones superiores de su televisora. La tensión permanente que exige el cargo ha causado, en más de un caso, severas consecuencias en la salud de estos profesionales. Al parecer, las mujeres pueden resistir mejor a las presiones mentales y físicas de la gestión.

Los jefes de Informaciones deben responder a las siguientes exigencias:

a) *Sentido de la noticia*, indispensable para poder determinar qué sucesos tienen más interés que otros y, con ello, considerarlos en el cuadro de comisiones para las coberturas del día.

b) *Imaginación informativa*, con la cual se puede enriquecer un cuadro de tareas, en especial cuando el panorama noticioso del día no se muestra muy impactante.

c) *Cultura de actualidad*, necesaria para estar enterado de lo que ocurre en el país y el mundo. Para ello se debe leer diarios y revistas, escuchar informativos radiales y ver los noticieros de la televisión.

d) *Don de mando, sin el cual no tendrá autoridad sobre sus subalternos y no conseguirá que haya disciplina y se respeten sus decisiones.*

e) *Talento para establecer contactos y desarrollar fuentes informativas*, necesario para contar con la colaboración valiosísima de personas y entidades que pueden dar los datos precisos y necesarios para las coberturas del día. También para obtener facilidades diversas, especialmente logísticas y de acceso a lugares en la cobertura reporterial.

f) *Capacidad de reacción ante lo inesperado*, verdadera prueba de fuego para poder enfrentar las dificultades no previstas de los sucesos que ocurren cuando el cuadro de comisiones ya está formulado y los equipos se encuentran en los lugares asignados.

g) *Sólida y experimentada formación profesional*, básica para poder orientar y dirigir al personal de reporteros y camarógrafos, con indicaciones y sugerencias logradas por las experiencias y el dominio de la profesión. Para ello se debe tener cierta antigüedad en la profesión y una trayectoria destacada.

h) *Conocimientos tecnológicos básicos*, ya que sin ellos no se podrá hacer exigencias razonables en el empleo de los diferentes

equipos de un canal de televisión; y, por otra parte, saber con certeza por qué ocurren fallas en ellos.

i) *Nociones de logística*, necesarias para tener el concepto apropiado sobre distancias y sus dificultades de movilidad, necesidades del personal para determinadas tareas y las tramitaciones internas y externas para conseguir, con rapidez y oportunidad, las facilidades del caso.

j) *Responsabilidad*, para cumplir con disciplina y puntualidad sus labores. Del jefe de Informaciones depende el trabajo de lo que puede ser el equipo más valioso en la búsqueda informativa. Su presencia siempre en hora y en buenas condiciones asegurará el clima propicio para que todos trabajen eficientemente.

k) *Espíritu de servicio*, indispensable para lograr una buena imagen del canal. El jefe de Informaciones debe estar atento para no regatear ayuda y atención en casos dramáticos que puedan originar una corriente de solidaridad.

LECCIÓN N° 3

LA ACCIÓN REPORTERIL EN LA TELEVISIÓN

Objetivo

Practicar coberturas reporteriles en el campo aplicando principios periodísticos y técnicos.

1. EL REPORTERO DE TELEVISIÓN

El reportero de televisión cumple un papel decisivo en la dinámica informativa. No solo porque va al lugar del suceso para buscar y conseguir la noticia, sino porque el poner su imagen en la pantalla lo puede convertir en figura popular y representativa de su canal. El trabajo del reportero es el cimiento mismo del edificio informativo del medio. La calidad de la información que proporcione una televisora dependerá apreciablemente de la calidad de sus reporteros.

Estos deben tener las siguientes cualidades básicas:

1.1. Sentido de la noticia

Tener sentido de la noticia es la capacidad de diferenciar lo interesante de lo que no lo es; de distinguir rápidamente los hechos, los detalles, las declaraciones que más impactarán a los televidentes.

Para graficar mejor lo dicho, pensemos en un semáforo y sus tres luces principales. El verde es lo interesante, el amarillo lo menos interesante y el rojo lo que no tiene ningún interés. Un reportero capaz distinguirá a primera vista el color adecuado, tal como lo tiene que hacer el conductor de un automóvil. Un reportero que se ha equivocado de profesión será incapaz de distinguir los colores.

Pese a que el sentido de la noticia puede perfeccionarse con la práctica, el no poseerlo en absoluto es factor determinante para dejar la profesión y dedicarse a otra actividad. El caso de un reportero sin sentido de la noticia es similar al del carpintero que no puede distinguir entre el cedro, la caoba y el nogal.

¿Cómo se puede aplicar el sentido de la noticia en el trabajo reporteril?

En general, el reportero tiene que cumplir un cuadro de tareas que le asigna el jefe de Mesa o de Informaciones. Por lo común, entonces, el reportero no tiene oportunidad de definir el mayor o menor interés del cuadro de comisiones, ya que esa es misión del jefe. Sin embargo, el reportero debería aportar iniciativas permanentemente para enriquecer la búsqueda periodística, en especial en el seguimiento de casos.

Ya en el campo, el reportero tendrá dos desafíos para aplicar el sentido de la noticia:

a) En el cumplimiento de las tareas asignadas, en el que deberá distinguir fácilmente los aspectos de más interés en los hechos, declaraciones y detalles. En algunos casos el buen reportero descubrirá **que la comisión puede tener ángulos no previstos y de mayor impacto**. Por ejemplo, en una conferencia de prensa rutinaria para el anuncio de un certamen descubre entre los presentes a personalidades cuyas declaraciones sobre asuntos distintos del tema de la conferencia de prensa pueden constituirse en revelaciones sumamente interesantes y de mayor impacto que el motivo de la comisión asignada.

b) Lo más meritorio, en la cobertura de las situaciones inesperadas y no programadas en las comisiones asignadas. Por ejemplo, si al trasladarse a cubrir una conferencia de prensa se produce un accidente, una manifestación o cualquier otra oportunidad periodística de especial impacto (un asalto, un intento de linchamiento, etcétera). Desde luego, para variar el cumplimiento de las tareas el reportero ha de estar en comunicación permanente con el jefe de Mesa, quien debe estar enterado de las situaciones inesperadas.

1.2. «Garra» periodística

Es el entusiasmo, el tesón que el reportero debe poner para conseguir la información. Es el despliegue de todas las iniciativas para una mejor cobertura de las tareas. Es la voluntad indoblegable para vencer las dificultades y trabas que puedan interferir el logro del

objetivo periodístico. Es la entrega, sin reparos de tiempo y condiciones, para luchar por la noticia. Es la devoción y cariño que se le pone a la información conseguida, «vendiéndola» debidamente para su mejor utilización en los programas.

Todo lo contrario de la «garra» periodística es la desidia, la indiferencia, el espíritu rutinario en el cumplimiento de las tareas. Expresiones conformistas de «da lo mismo», o «se me fue, pues», son la demostración de poca garra periodística. Igualmente cuando no se sufre por haber perdido una buena información, cualesquiera que hubiesen sido las circunstancias.

Es fácil distinguir todos los días a los reporteros con «garra». Toda cobertura informativa tiene muchos ángulos, muchos detalles. Son campo fértil para desarrollar iniciativas. Por ejemplo, si un ministro anuncia determinadas medidas, el reportero con «garra» de inmediato tratará de ubicar a las personas representativas que sean afectadas o beneficiadas con las medidas. O, en el peor de los casos, se comunicará de inmediato con los jefes de Mesa para sugerir las entrevistas del caso. Es decir, el reportero con «garra» no se contentará solo con el informe de lo que dijo el ministro.

Un periodista con «garra» está vibrando siempre, en permanente estado de atención frente a los acontecimientos. Es todo lo contrario de un periodista burocratizado, que se rige celosamente por un horario y cumple solo lo indispensable.

Un periodista con «garra» debe tener mucho olfato noticioso. Debe prever lo que pueda ocurrir en determinadas circunstancias. Por ejemplo, seguir al Presidente de regreso a Palacio desde cualquier lugar, si este acostumbra realizar actos inesperados o protagonizar episodios no programados, a veces de gran espectacularidad noticiosa. El reportero sin «garra» reducirá su labor a la cobertura de la comisión especificada en el cuadro de comisiones y regresará al canal. Pero muchas veces puede realizar tareas imprevistas por iniciativa propia, tareas de gran valor noticioso que, previa consulta con su jefe, pueden alterar las misiones que se le encomendaron. Todo debido a su permanente vibración y decisión para cubrir lo que merezca una acción reporteril.

1.3. Cultura de actualidad

Un reportero debe estar informado de lo que sucede diariamente. Es una obligación, por otra parte, que alcanza a todos los periodistas en general. Si un reportero no se muestra enterado y conocedor de lo

que ocurre en su país y en el mundo, no podrá desempeñarse con autoridad y seguridad en el cumplimiento de las tareas asignadas. Por ejemplo, si aborda a un personaje cuestionado y no está enterado de las razones del cuestionamiento, no podrá hacer las preguntas precisas y debidas, y dará una lamentable impresión en el entrevistado y en los televidentes. Con cultura de actualidad un reportero podrá dar la perspectiva justa, el consenso necesario de los hechos en su informe. Es decir, dominará el *background* o antecedentes del tema o motivo de su información.

1.4. Respeto de principios

En el cumplimiento de la tarea periodística hay principios fundamentales que deben regir permanentemente la labor del reportero. Son los siguientes:

1.4.1. Principio de la objetividad

Significa que el periodista no debe dar opinión en la cobertura informativa. Debe mencionar los hechos con prescindencia de su personal manera de juzgar las circunstancias. Vale decir, sin que su posición o simpatías influyan en la presentación de los hechos. Desde luego, no existe la objetividad ciento por ciento pura. Pero el periodista profesional debe tratar, en todo momento, de tener presente este principio.

1.4.2. Principio de la veracidad

Se refiere fundamentalmente a la exactitud de los datos de la información. Una labor veraz lo es porque se dan las cifras, ubicaciones, nombres, ocupaciones o cargos correctos. Cuando se difunden las opiniones y declaraciones tal y conforme fueron dadas, sin tergiversaciones; y, de acuerdo con su contexto, si se tiene que limitarlas en su extensión. Se cumple este principio cuando toda referencia o mención que se haga estén solventadas por el conocimiento apropiado.

1.4.3. Principio de la honestidad

Dispone que los periodistas deben cumplir su misión sin fines subalternos. Que se dé «Al César lo que es del César», sin regateo de

méritos. Establece que los periodistas deben regirse solo por propósitos profesionales y no motivados o condicionados por intereses personales, políticos o comerciales. Dispone no destacar, preponderantemente y con intención subalterna, los aspectos negativos de una información. Este principio también debe regir la vida profesional del reportero, quien no debe dejarse tentar por situaciones que puedan llevar a una conducta incorrecta (recibir regalos o invitaciones condicionados a futuros favores informativos, por ejemplo).

1.4.4. Principio de la imparcialidad

Exige que en la información se ofrezcan todos los ángulos de la noticia. El periodista debe dar —o por lo menos intentarlo— todas las opiniones o versiones referentes a un hecho conflictivo, en especial cuando se trata de una acusación contra una persona, autoridad o institución. En estos casos, los acusados o demandados deben contar necesaria y obligatoriamente con la oportunidad de dar su versión. Y si no quisieran dar la cara, se debe informar de ello. Una información imparcial es una información completa.

1.4.5. Principio de la responsabilidad

Se refiere al criterio que debe primar para calificar a las personas, sin afectar su honor. *No se puede asignar responsabilidad criminal o delictiva a alguien si no ha sido sancionado por la autoridad judicial.* En otras palabras, nadie es criminal, estafador, narcotraficante o terrorista hasta que un fallo del juez lo determine. Mientras tanto, así sea mostrada o acusada por la Policía, toda persona tiene solo una *presunta* culpabilidad. Y así debe precisarse con toda claridad en la información. Igualmente, este principio obliga a los periodistas a no magnificar o *hacer escándalo* con asuntos que podrían alarmar o causar inquietudes injustificadas en la opinión pública; así como a evitar los asuntos o temas cuya difusión pueda significar riesgos para la vida y seguridad de las personas, de la sociedad y del país.

1.5. Buena salud y resistencia física

El intenso y muchas veces sacrificado trabajo reporteril demanda gozar de condiciones vitales que, sin duda, no se exigen tanto en otras especialidades periodísticas. La información televisiva exige al

reportero y al camarógrafo estar en el lugar mismo de los sucesos, con los riesgos que esto supone. Las jornadas de trabajo son largas, muchas veces sin términos rígidos y sin horarios definidos para ciertas exigencias como las de alimentarse. Todo esto requiere buena salud y gran resistencia física. Se conoce de casos de muy promisorios reporteros que no alcanzaron grandes metas por tener una salud precaria, necesitada de una vida ordenada y disciplinada, lo que limitaba mucho su actividad. Resultado: no se les podían confiar comisiones de muy exigente esfuerzo, que eran, precisamente, las que daban prestigio y originaban la admiración de los televidentes.

2. EXIGENCIAS TELEVISIVAS

El reportero de televisión debe también responder a exigencias muy específicas. Las más características son:

2.1. Pensar en imágenes

Cada medio de expresión tiene su «lenguaje» característico. El de la televisión es, fundamentalmente, la imagen. En consecuencia, el reportero tiene que ejecutar su trabajo en función de ella. Tiene que *pensar en imágenes* (ya se adelantó algo al respecto). Y esta es una de las exigencias más difíciles de entender y aplicar.

¿Qué es pensar en imágenes? Es, sencillamente, imaginarse qué es lo que los televidentes verán en sus pantallas durante el noticiero. Si un reportero desarrolla su trabajo sin pensar en imágenes, podría ocurrir que su esfuerzo no sea utilizado o merezca críticas severas de los editores.

Pensar en imágenes significa sujetar el informe de los hechos a las tomas logradas por el equipo. No se puede narrar o describir una situación que no tenga su correspondencia en imágenes. Por ejemplo, decir que la Policía actuó enérgicamente y no mostrar ninguna acción de las fuerzas del orden es desorientar al televidente, causar su desilusión y quedar en evidencia profesional de «no tener las imágenes», ya sea por haber llegado tarde al terreno de los hechos, por haberse malogrado esa parte del material, o, lo que sería muy grave, por no haber grabado la acción policial, en evidente descuido o errado criterio periodístico. En el ejemplo dado hay varias soluciones, si es indispensable referirse a dicha acción. Una es referirse a ella en la presentación de la noticia e indicar que las tomas

fueron realizadas horas después. Otra es mostrar a testigos o damnificados de los hechos que relaten los hechos.

Pensar en imágenes es encuadrar el informe reporteril en las tomas necesarias para que el televidente tenga la versión apropiada de los hechos. El reportero de televisión debe tener siempre presente: a) que las imágenes deben corresponder a lo que se dice; y, b) que la narración debe ser informativa y no descriptiva (se debe dar detalles que las imágenes por sí mismas no muestran). Por ejemplo, en un terremoto las imágenes ofrecen la visión de viviendas destruidas, de muertos y heridos, pero no revelan cuántas viviendas fueron afectadas o el número de víctimas que ocasionó la tragedia.

2.2. Mostrar condiciones teatrales

Esta es otra exigencia singular de la labor reporteril en televisión. En este medio el reportero da la cara cuando informa; el televidente lo observa y juzga, no solo por la calidad de su informe, sino también por la forma como se presenta, como se desplaza, por la seguridad de sus gestos y actitudes, tal como lo hace un actor sobre el escenario. De ahí que los mejores reporteros de televisión muestran ante cámaras muchas cualidades propias de un desempeño teatral. Y esta es una más de las diferencias que existen entre un reportero de la televisión y los reporteros de la radio y los diarios.

2.3. Dominar las técnicas del lenguaje televisivo

Para su desempeño y el logro de su tarea, el reportero de televisión depende, más que ningún reportero periodístico, de una tecnología complicada que hace posible la captación de imágenes y sonidos. En consecuencia, tiene que saber utilizar esa tecnología, que le exige comportamientos y desempeños muy precisos. Y para utilizarla con acierto debe poseer gran afición tecnológica, para que cámaras, micrófonos, luces, microondas, satélites, islas de edición (lineales y no lineales), computadoras de diseños, etcétera, no le sean extraños.

2.4. Poseer sentido didáctico

El reportero se debe preocupar en todo momento de que su información tenga claridad y sencillez para que sea apreciada sin dificultades por el televidente. Para ello, en muchas ocasiones puede recurrir a

elementos complementarios para hacer más entendible su informe mediante comparaciones y conversiones en el campo y en el contenido de sus textos, y por medio del empleo de cuadros estadísticos, croquis o infogramas, animaciones y otros recursos en la plasmación de su nota. Como un maestro en clase, el reportero debe desarrollar una sólida y permanente preocupación didáctica y pedagógica. En este caso, los alumnos son los televidentes.

2.5. Manifestar gran personalidad

Un reportero de comportamiento tímido, que trata de no hacerse notar, que titubea cuando hace una gestión, que muestra una inseguridad permanente, jamás cumplirá su misión debidamente. El reportero siempre debe dominar situaciones, hacerse respetar, impactar con su presencia, merecer las consideraciones debidas. Para ello, debe mostrar una gran personalidad.

3. TÉCNICAS REPORTERILES

Las técnicas y procedimientos reporteriles en televisión pueden considerar los siguientes aspectos:

3.1. Antes de ir al lugar del hecho o suceso

- 3.1.1. Conocimiento cabal de lo que se va a cubrir (lograr todos los antecedentes).
- 3.1.2. Determinación de equipos y facilidades que fueran menester.
- 3.1.3. Coordinación con el camarógrafo y otros miembros del equipo.
- 3.1.4. Prever los aspectos logísticos (transporte, alojamientos, viáticos, etcétera).

3.2. En el lugar del suceso

3.2.1. Aspectos generales

- Tratar por todos los medios de llegar al lugar del acontecimiento.
- Prever el envío del material, considerando todas las alternativas de transporte y transmisiones (todo esfuerzo puede ser inútil si el material no llega a tiempo).

- Emplear todo tipo de iniciativas para obtener las facilidades del caso.

3.2.2. Aspectos periodísticos

- Ubicar a las personas más autorizadas para conseguir la versión adecuada.
- Hacer los mayores esfuerzos para lograr los mejores ángulos y tomas, sin comprometer, temerariamente, la seguridad del personal y los equipos.
- Aplicar todos los recursos para esclarecer hechos o profundizarlos.
- Pensar que en un caso conflictivo siempre hay dos o más partes que tienen derecho a dar su versión.
- Estar siempre alertas para la cobertura de los ángulos no previstos o inesperados.
- Hacer preguntas directas y no ambiguas y generales, ni menos obvias o «tontas». Las preguntas deben merecer respuestas noticiosas. Preguntar sin desmayos. Hacer la pregunta correcta a la persona correcta en el momento correcto.
- Saber escuchar a los entrevistados para aprovechar cualquier detalle valioso que se pueda desprender de las respuestas.
- Confirmar siempre la información lograda en caso de la más mínima duda. Nunca suponer algo.
- Permanecer en el lugar de los hechos hasta que tenga lugar un desenlace, termine un acto o se agote el posible material informativo.
- Conseguir imágenes de todos los detalles que van a considerarse en el informe, para que la narración coincida con lo que se muestra. Para este propósito, lograr material complementario (fotos, documentos, grabaciones, etcétera).
- Buscar siempre los ángulos humanos o singulares del suceso. Toda información que despierte una sonrisa o arranque una lágrima es muy valiosa.
- Ofrecer, cuando sea necesario, versiones comparativas o demostrativas que permitan una debida apreciación de los hechos.
- Intentar la recreación de los actos, especialmente si se ha llegado tarde o se ha perdido un aspecto fundamental de la información.
- Lograr con absoluta precisión los nombres, cargos, ocupaciones o funciones de toda persona que declare por más humilde que sea, para las identificaciones del caso en la pantalla.

- Tener en cuenta que en las inauguraciones o exhibiciones la obra por mostrarse debe merecer la debida importancia y no solo las declaraciones o detalle de las ceremonias.

3.2.3. Aspectos técnicos

- Tratar de cubrir con la cámara lo más valioso, sin repetición de tomas, con un exigente criterio de edición en el campo.
- En los sucesos de gran dimensión, dar una correcta perspectiva del lugar de los hechos mediante la técnica cinematográfica de las combinaciones dinámicas progresivas. Es decir, primero tomas panorámicas y amplias que muestren la magnitud del suceso; luego tomas medias de puntos de interés, seguidas de acercamientos para captar el drama. En este último aspecto, los grandes directores periodísticos de televisión le dan especial importancia a lo que se llama en inglés el *close up*, en sus diferentes matices.
- Conseguir el impacto de la acción ubicando la cámara en distintas posiciones y ángulos. Al respecto, se debe recordar que el arte de lograr visualmente los reportajes es hijo de la imaginación, del ingenio y de la experiencia, pero se requiere de mucha pericia y habilidad para poner en una grabación lo que se ve.
- Grabar imágenes de contraplano del reportero en toda entrevista, como tomas abiertas y detalles. Aplicar las tomas por encima del hombro del reportero, ya que el personaje de la noticia es el entrevistado, no el reportero. Por otra parte, ubicar al entrevistado, siempre que se pueda, en diversos ambientes de acuerdo con sus declaraciones.
- Evitar el exagerado movimiento de la cámara. Se debe mover solo para seguir a un objeto en movimiento. Igualmente, limitar el uso del zoom, ya que la función de la cámara es registrar la acción, no crearla. Las tomas con el zoom deben ser tan naturales como el reenfocamiento del ojo humano: no deben notarse.
- Buscar siempre tomas de radicación, como rótulos, letreros, direcciones.
- Grabar permanentemente con sonido ambiental o natural, en especial en acontecimientos de gran movimiento y despliegue.
- Respetar en todo momento principios de la técnica cinematográfica como el de la *continuidad direccional*, que tiene como uno de sus pilares el eje de la acción.

- No interrumpir jamás el desarrollo de un movimiento o acción. La grabación tiene que mostrar los movimientos completos.
- Tener presente que las imágenes que se capten serán exhibidas en pantallas hogareñas que no son grandes. En consecuencia, deben hacerse tomas que muestren bien los detalles, no solo por los acercamientos, sino también por la duración de ellas. En principio, ninguna toma debe durar menos de cinco segundos.
- No se debe hablar o comentar mientras se hacen grabaciones con audio ambiental, ya que todo lo que se diga será captado y puede inutilizar la secuencia sonora.

3.3. Después de los hechos

3.3.1. Visionar obligatoriamente todo el material grabado y hacer la pauta detallada de todas las secuencias de los casetes.

3.3.2. Completar y actualizar aspectos no precisados en la cobertura del suceso.

3.3.3. Elaborar los informes respectivos, cumpliendo con los requisitos de la carilla.

3.3.4. Participar, en lo posible, en la edición del material.

PREGUNTAS TONTAS

Algunos reporteros de televisión tienen su verdadero «talón de Aquiles» cuando hacen entrevistas al paso. La pantalla es implacable en revelar cuándo esos reporteros hacen preguntas *tontas*, *obvias* o *improcedentes*. Aquí una selección. Algunas son de antología.

- A un niño que llora por las calles llamando a su mamá: ¿Estás perdido?
- En un asentamiento humano, a los pobladores que están siendo desalojados: ¿Los están desalojando?
- A un Premio Nobel: ¿Usted ha investigado mucho el tema?
- A congresistas oficialistas: ¿Están de acuerdo con el gobierno?
- A una señora que pide ayuda para su hijo enfermo: ¿Necesita ayuda?
- A un futbolista que acaba de convertir un gol: ¿Contento con su gol?
- A los jugadores que han ganado un partido por goleada: Buena victoria, ¿no?
- A un preso condenado a muchos años: ¿Le gustaría que lo indulten?
- A un preso joven: ¿Extrañas la libertad?
- A una mujer herida en un accidente, con la pierna fracturada: ¿Le duele mucho la pierna?
- En el aeropuerto, a un artista que llega a Lima por primera vez: ¿Qué te parece el Perú?
- También en el aeropuerto, a un ministro que baja de un avión: ¿De regreso, señor ministro?
- A una joven cantante en su primera conferencia de prensa: ¿Piensas ser famosa?
- A un barrendero que limpia las calles luego de los festejos de Año Nuevo: ¿Más trabajo que otros días?
- A presos que no participaron en una fuga: Ustedes no fugaron, ¿no?
- En la presentación de un narcotraficante: ¿Por qué está detenido?
- Al entrenador de un equipo: ¿Cree que su equipo va a ganar?
- A un manifestante que grita consignas: ¿Es usted manifestante?
- A bomberos que apagan un incendio: ¿Qué están haciendo?
- A un delincuente condenado a treinta años de cárcel: ¿De acuerdo con su condena?
- A un pordiosero: ¿Qué opina de la economía del país?
- Rescatan de los escombros a un hombre que apenas puede respirar: ¿Le puedo hacer una pregunta?
- Al campesino puneño que camina sobre la nieve: Hace mucho frío, ¿no?
- En el mercado, a una ama de casa luego de una brutal subida de precios: ¿Le parecen bien los precios?
- A un preso que ha terminado su condena y sale en libertad: Libre de nuevo, ¿no?
- Le comunican a una señora que su hijo acaba de suicidarse: ¿Qué nos podría decir?
- A un soldado que va al frente de batalla: ¿Crees que vas a morir?
- Al ganador de un Óscar: ¿Merecía el premio?
- A los empleados de un banco asaltado: ¿Esperaban este asalto?
- A un ambulante: ¿Cuándo piensa jubilarse?
- A un enfermo de sida agonizante: ¿Qué planes para el futuro?
- Al ganador de una lotería de varios millones: ¿Feliz con el premio?
- En una madrugada, a un ladrón capturado en el interior de un banco: ¿Qué hacía a esa hora en el banco?
- Cinco personas quedan atrapadas en el interior de un vehículo volcado: ¿Se sienten bien?

DIRECTIVAS PARA REPORTEROS

- Salir al lugar del hecho con la información preliminar suficiente y enterado de los propósitos de la cobertura.
- Coordinar en todo momento con el camarógrafo, tanto al dirigirse al lugar del suceso como en el propio lugar. Aceptar siempre que en el periodismo televisivo el reportero y el camarógrafo deben trabajar en equipo y constituir una unidad de acción.
- En todo momento, respetar los cinco principios fundamentales de la acción periodística: objetividad, imparcialidad, veracidad, honestidad y responsabilidad.
- Pensar en imágenes mientras cubre el suceso. Es decir, tratar de grabar todas las imágenes necesarias para el informe, con el fin de mostrar los hechos en la pantalla. En otras palabras, informar lo sucedido con imágenes.
- Saber preguntar. No hacer preguntas tontas, obvias o fuera de lugar.
- Estar atentos a los detalles inesperados en el lugar del suceso. A veces resultan más interesantes que el propio hecho inicial.
- Tratar de obtener toda la información necesaria y, en lo posible, verificarla y confirmarla. Tener siempre en cuenta que los rumores no son noticia.
- Buscar siempre los ángulos humanos o singulares del suceso. Recordar que toda información es más valiosa si produce emociones en el televidente.
- Intentar la recreación de actos y detalles de los sucesos, especialmente si se ha llegado tarde o se ha perdido un aspecto fundamental de la información.
- Mostrar mucha decisión para hacer las coberturas y tratar de vencer los imponderables. No hay que permitir que la competencia gane la información.
- Pensar siempre en que el material tiene que ser entregado en hora conveniente. El mejor esfuerzo se pierde si el material no llega a tiempo para ser utilizado por el noticiero.
- Identificar siempre a toda persona que declare, por más humilde que sea.
- Mostrar mucha iniciativa y sentido de la noticia. Casi siempre los hechos son complejos y las noticias no son tan obvias.
- Ejercitarse para narrar con buena voz, firmeza y correcta dicción. Y con seguridad de gestos y movimientos si se aparece en cámara para conseguir que el televidente aprecie a un reportero con *dominio de la situación*.
- Hacer *stand ups* «puente», fundamentalmente. Pero si es necesario agregar datos indispensables, también se pueden hacer *stand ups* de «despedida». Cuidar que los planos de los *stand ups* sean hechos de la cintura para arriba.

DIRECTIVAS PARA REPORTEROS (CONTINUACIÓN)

- Aplicar la fórmula moderna para las despedidas de los informes —pueden ser tanto en *stand up* o en *off*—, que es la siguiente: *Nombre del reportero, nombre del noticiero. Excepcionalmente, si se considera muy noticioso decir el lugar del informe, se puede comenzar con «Desde el lugar» y luego los nombres.*
- Cuidar la correcta vestimenta para cada situación. Debe ser formal para la cobertura de notas en actos oficiales o protocolarios. Puede ser informal o casual para situaciones distintas. Para la cobertura en escenarios de conflictos o desastres se debe usar las vestimentas especiales para emergencias.
- Informar con oraciones cortas, sencillas y directas, y con el empleo de palabras familiares y de fácil entendimiento. Tener presente que la televisión llega a los públicos más diversos y que tienen una sola oportunidad para entender lo que se dice. Hay que evitar los eufemismos (utilizar *falleció* o *murió* es mejor que decir *perdió la vida*).
- Considerar que toda narración debe tener su correspondencia en las imágenes, y que debe ser fundamentalmente informativa para dar elementos noticiosos que no se aprecian en las imágenes. *Jamás se debe describir lo que se ve en las imágenes.*
- Tratar de utilizar con acierto, en los informes, el sonido ambiental pleno de la grabación de los sucesos. La mejor información televisiva es aquella en la que el video y el sonido hablan por sí solos, o requieren de la menor narración posible.
- Preocuparse de visionar y pausar el material. Aceptar que no se puede hacer un buen informe si no se sabe con qué imágenes se cuenta y su exacta ubicación en los videos.

DIRECTIVAS BÁSICAS PARA CAMARÓGRAFOS

1. Probar y verificar la operatividad del equipo que se recibe. Igualmente, sus aspectos externos, para cuidar que la devolución sea hecha en iguales condiciones.
2. Salir al campo solo si se tienen bien definidos los objetivos de la nota y un plan general de las grabaciones.
3. Mantener una coordinación permanente con el reportero.
4. Aplicar los detalles técnicos como el balance de blanco y el enfoque antes de hacer cualquier toma.
5. Trazar un imaginario eje de la acción en cuanto se llegue a los lugares de grabación y respetarlo en todo momento para lograr una correcta continuidad de las imágenes.
6. Captar una perspectiva general del lugar del suceso para trazarse mentalmente un plan preliminar de acción.
7. Sujetar firmemente la cámara sobre el hombro, con las piernas ligeramente separadas, para una mejor sustentación y equilibrio. De esta manera se evitarán tomas movidas.
8. Evitar exagerados movimientos de la cámara. En principio, esta se debe mover solo para seguir objetos en acción.
9. Realizar los paneos —horizontales y verticales— lentamente y en una sola dirección por toma. Jamás aplicar dos direcciones en una misma toma (de izquierda a derecha y, enseguida, de derecha a izquierda, por ejemplo).
10. Limitar el uso del zoom. En principio, las tomas con el zoom deben ser tan naturales como el reenfocamiento del ojo humano: no deben notarse.
11. Grabar por lo menos diez segundos antes de que el reportero comience a narrar o realizar un *stand up* (reportero en cámara). De esos diez segundos, los cinco finales deben ser contados en la grabación por el reportero. De esta manera se evitará que los audios salgan «mordidos».
12. Grabar permanentemente con sonido ambiental en el canal 1.
13. Comprobar constantemente la calidad de las grabaciones y del audio, para lo cual se debe usar siempre un audífono.
14. Grabar tomas que sirvan de transición, apoyo o corte en el proceso de edición.
15. Practicar las tomas por encima del hombro del reportero en las entrevistas. Así, el entrevistado será captado en el plano más favorable. El reportero no debe aparecer en cámara durante la entrevista al paso.
16. Tener presente, en las entrevistas concertadas o exclusivas, que el entrevistado es el personaje de la noticia y no el reportero. En consecuencia, la cámara tiene que enfocar preponderantemente al entrevistado.

DIRECTIVAS BÁSICAS PARA CAMARÓGRAFOS (CONTINUACIÓN)

17. Captar imágenes de contraplano en las entrevistas (rostro del reportero) y de nexos (tomas abiertas y diferentes detalles, como manos, solo ojos y nariz).
18. No repetir los mismos ángulos o planos durante las grabaciones. Es decir, evitar las tomas reiterativas. Aplicar un criterio selectivo de edición en el campo.
19. No enfocar al reportero de cuerpo entero o a media pierna cuando tenga que salir en cámara (*stand up*). Las tomas recomendadas son de la cintura para arriba o, también, de los hombros para arriba.
20. Hacer tomas lo suficientemente extensas como para permitir apreciar los detalles de lo captado. En principio, ninguna toma debe durar menos de cinco segundos.
21. Mostrar en todo momento mucha creatividad y tratar de conseguir todas las imágenes que sean necesarias para el informe.
22. Evitar los ambientes que produzcan contraluz, con el grave deterioro de la calidad de la imagen. Si no se cuenta con las luces necesarias, hacer la grabación en ambientes iluminados, sin contraluz.
23. Cuidar de no interrumpir la grabación de un discurso a media frase. Recuerde que, inclusive, intervenciones de especial importancia deben grabarse en su integridad. A este respecto, se debe seguir las indicaciones del reportero.
24. Mantenerse atento en todo momento para no perder detalles inesperados o singulares que a veces son lo más valioso de la cobertura.
25. En caso de tener que competir con otros camarógrafos para lograr la mejor ubicación, mostrar iniciativa, personalidad y empeño, para no ser desplazado a posiciones desventajosas.
26. Visualizar siempre el resultado de su trabajo y solicitar opiniones para una autocrítica diaria, con miras a una permanente superación.
27. Precisar con el mayor detalle posible las secuencias principales en la hoja de pauta correspondiente.
28. Mantener un ánimo constructivo si en el proceso de edición su trabajo no es aprovechado como usted quisiera, tanto en duración como en selección de imágenes.
29. Aprovechar toda circunstancia para cambiar impresiones con los editores de los programas. Todos ganarán con un diálogo positivo.
30. Acudir, cada vez que le sea posible, a todo cursillo de perfeccionamiento, para estar al día con las novedades tecnológicas.

HOJA DE PAUTA

Nota: Fecha:

Reportero: Camarógrafo:

[illegible]

4. RECURSOS REPORTERILES

La búsqueda informativa es una tarea ardua, agotadora e implacable. Requiere, en primer lugar, vencer las dificultades externas y objetivas de las tareas informativas. Es decir, la apreciación del suceso mismo, con sus características inmediatas y generales. En esta fase el reportero puede enfrentar agresiones y diversas limitaciones para el logro de la información indispensable.

El reportero tiene que acudir a una serie de recursos que van más allá de la simple cobertura de una situación, para obtener elementos informativos que no están disponibles fácilmente. Su empleo puede dar lugar a una amplia controversia y mucha discusión.

El límite de su utilización, en todo caso, debe estar marcado por principios de responsabilidad y respeto de honras y de conveniencia profesional.

- El reportero puede forzar autorizaciones para descubrir y hallar documentación valiosa en una circunstancia determinada y usarla, antes de entregarla a las autoridades correspondientes.
- El reportero puede aplicar conocimientos psicológicos para lograr la información que requiere. Por ejemplo, entablar una conversación agradable con alguien que podría ayudarlo a obtener facilidades o proporcionarle información útil.
- El reportero puede prometer y hacer ofrecimientos para facilitar su consecución noticiosa. Muchos testigos —sería el caso— podrían resultar muy colaboradores si se les ofrece *pases* para un programa televisivo con asistencia de público.
- El reportero puede, en casos extremos, suplantar personas y cargos, siempre que no provoque consecuencias mayores, como por ejemplo poner en riesgo la defensa nacional en casos de conflictos armados. Este recurso es a veces muy necesario para obtener documentos, fotos, videos de familiares reacios a todo contacto con los periodistas.
- El reportero puede acudir a un rumor para obtener o confirmar un dato. Este es un recurso muy utilizado con los políticos.
- El reportero puede inducir a la conversación *off the record*. Es decir, lograr la confianza de alguien para que se refiera a asuntos que no estaría dispuesto a tratar públicamente. La utilización del contenido de estas conversaciones puede motivar desmentidos o, por lo menos, aclaraciones bastante indignadas. Pero, con toda seguridad, el personaje ya no confiará más en el reportero.

- El reportero puede despertar simpatías y obtener facilidades mediante el recurso del *despido*. Este recurso siempre tiene efecto cuando se trata de reporteros jóvenes. Consiste en convencer a las personas que pueden proporcionar información o dar facilidades de que si no logra cumplir con su misión lo despedirán en su medio.
- El reportero puede crear una supuesta controversia para obtener una declaración. Este es un recurso aplicado en el caso de personas de muy poca disposición a conceder entrevistas. Desde luego, el reportero tiene que evitar dar nombres de los presuntos contrarios o críticos del personaje abordado.

GLOSARIO

Corresponsal	Reportero que cumple sus funciones en el interior del país o en el extranjero.
Cuadro de comisiones	Es la relación de las tareas que deben cumplir los equipos reporteriles. Se elabora a primera hora útil de la mañana. Se basa en el precuadro elaborado en la noche anterior y en los sucesos no previstos o inesperados que ocurren en el día.
Cultura de actualidad	Obligación del periodista de estar informado de lo que ocurre en el país y el mundo.
Dope sheets	Lista de tomas realizadas por un camarógrafo. Puede ser reemplazada posteriormente por una pauta del video.
Exteriores	Grabación hecha fuera de los estudios o de lugares cerrados. También se le denomina <i>en el campo</i> .
Interiores	Grabaciones hechas en el estudio o en lugares cerrados.
Jefe de Mesa	Es una denominación que se da en el Perú al jefe de Informaciones o de Asignaciones, encargado de organizar y coordinar la labor de los equipos reporteriles.
Objetividad	Profesionalmente, es el principio periodístico que dispone que, cuando informa, un reportero no debe opinar.
Pauteo	La labor que se cumple utilizando un formato llamado pauta para precisar la ubicación y contenido de las tomas en una videocinta.
Pensar en imágenes	Exigencia fundamental para el periodista de televisión que lo obliga a capturar todas las secuencias que le servirán para su informe. Es imaginarse cómo se verá una nota en la pantalla.
Rapport	Afinidad. Relación cálida y respetuosa que se establece entre el reportero y el entrevistado, la cual incrementa las posibilidades de realizar un intercambio abierto y sincero.
Reportero	Elemento básico en la estructura informativa de un canal de televisión. Es el profesional que va al lugar de los sucesos para las coberturas del caso. Debe formar, con el camarógrafo, una unidad de acción periodística.
Stand up	Informe del reportero ante cámara. Hay tres clases: al comienzo de la nota, en el desarrollo de la nota («puente») y al final o despedida. Las más utilizadas son las dos últimas.

Tontas

Es la denominación que reciben las preguntas obvias o desatinadas que hace un reportero.

Visionado

La revisión del contenido de un video para verificar la calidad de las tomas. Es una labor que se realiza, generalmente, para elaborar la pauta del casete.

VTR

Grabación en cinta de video.

Wind-sock

Capuchón. Cubierta con la que se protege el micrófono de las interferencias del viento, cuando se está en el campo.

CUESTIONARIO DE REVISIÓN

1. Se afirma que trabajar como periodista de televisión no es fácil. Explíquelo.
2. Se acepta que el periodista *nace*, pero en la televisión se puede decir que también *se hace*. ¿Por qué?
3. ¿Cuáles son las condiciones naturales y requisitos formales que debe poseer un periodista televisivo?
4. ¿En qué casos la televisión se convierte en una fuente arrolladora de información?
5. En la televisión existen los llamados *talentos*, que son los que más ganan. Precise quiénes son en los programas periodísticos.
6. Hay cuatro criterios básicos para desempeñarse con propiedad en el periodismo televisivo. Detállelos.
7. Describa lo que es un *cuadro de comisiones, tareas o asignaciones*.
8. Se acepta que la cobertura de los sucesos inesperados es un verdadero desafío para la gestión periodística en la televisión. ¿Por qué medios se enteró el jefe de Informaciones de esos sucesos?
9. Los jefes de Informaciones son considerados personal de gran importancia en la organización periodística de un canal. Fundaméntelo.
10. Mencione brevemente seis de las cualidades exigidas a los jefes de Informaciones que usted considere más relevantes.
11. ¿Por qué se dice que el reportero de televisión cumple un papel decisivo en la dinámica informativa de un canal?
12. Explique en qué consiste la «garra periodística» en un reportero de televisión.
13. Defina brevemente cada uno de los cinco principios fundamentales que rigen la labor de un reportero.
14. Una de las exigencias muy específicas para el reportero es pensar en imágenes. Explique por qué.
15. Mencione seis de los procedimientos reporteriles en el campo del suceso, en sus aspectos periodístico y técnico.
16. ¿Por qué es sumamente importante visionar y pautear los casetes con las coberturas registradas?
17. Explique en qué consiste el recurso del *despido* por parte del reportero.

CUARTA UNIDAD
DE APRENDIZAJE

LA INFORMACIÓN
TELEVISIVA

Objetivo

Dominar la elaboración de los informes noticiosos de acuerdo con las características de la imagen, el sonido y el movimiento propios del lenguaje televisivo.

Sumario

Lección N° 1: Fundamentos de la información televisiva
Lección N° 2: Técnica de los informes televisivos noticiosos
Lección N° 3: La información nacional e internacional

LECCIÓN N° 1

FUNDAMENTOS DE LA INFORMACIÓN TELEVISIVA

Objetivo

Comprender las características distintivas de la información en el medio televisivo.

1. INFORMACIÓN PARA TODOS LOS PÚBLICOS

En prensa escrita, cada diario tiene un tipo de lector y va dirigido a un público determinado. En cambio, las noticias de televisión son para todos los públicos. Ve la televisión gente de todas las clases sociales, de diferente formación intelectual —inclusive los analfabetos— y de distintas ideologías. Cuando se escriben las noticias hay que tener en cuenta esta diversidad de público, porque no sería correcto presentar las informaciones de una manera que solo fueran comprensibles o aceptables para una parte de los espectadores. Tampoco se pueden presentar las informaciones de una forma tan simple que moleste al segmento más culto de la teleaudiencia.

Una de las primeras normas del periodista de televisión será intentar que el televidente tenga el acceso más directo posible a la noticia. Y para esto hay que recordar los principios fundamentales del lenguaje televisivo ya enunciados. A este respecto, especial relevancia merece el empleo permanente del sonido directo que permite, por ejemplo, las declaraciones de los protagonistas de los hechos.

Otra característica de la televisión es que la audiencia es muy numerosa y que mira el televisor en pequeños grupos familiares o individualmente. Por lo general, los televidentes están en casa o en ambientes igualmente tranquilos y relajados. A ellos el periodista no

puede dirigirse como si les hiciera un discurso, dictara una conferencia o les leyera las noticias de un diario. Se ha demostrado que el estilo que se utiliza en una conversación es el más apropiado para los medios audiovisuales. Las frases que se usan en una conversación son más claras y directas, lo que es ideal para la información televisiva.

Se entiende por estilo *conversado* aquel que utiliza una persona culta cuando habla. No debe tener una gramática pobre, ni una construcción incorrecta; tiene que evitar las expresiones vulgares o demasiado coloquiales. Para ser más preciso, el periodista televisivo tiene que redactar la noticia de la misma manera como la contaría a una persona interesada en ella. En un diario es común escuchar al jefe de Informaciones decirle a un redactor que pretende contarle una noticia: «No me lo digas, escríbelo». En televisión se escucha: «No lo escribas, dilo».

Hay varias diferencias fundamentales entre el lenguaje de prensa y el audiovisual:

- El primero está escrito para la vista del lector, y el segundo para el oído del televidente.
- El texto de un diario es para ser leído mentalmente; el de la televisión, para ser leído en voz alta. Por lo tanto, deber sonar natural al oído y ser fácil de leer, sin tropiezos ni dificultades en la respiración de quien lee el texto. Para esto se tiene que emplear permanentemente oraciones cortas y directas.
- Si el texto de un diario no se entiende en primera lectura, se puede releer una y otra vez hasta captarlo debidamente. En televisión el texto es leído y oído una sola vez. Si el televidente no entiende alguna frase poco clara o no comprende una palabra, no puede volver atrás o lograr que se repita la información. Por lo tanto, el teleespectador tiene que entender cada frase y cada palabra a la primera. Para ello, en la redacción televisiva se deben emplear —casi evitar— con mucha prudencia las palabras técnicas, muy cultas o especializadas, porque generalmente dificultan el entendimiento del promedio de los televidentes y hacen perder el hilo de la narración.
- Por lo indicado, el estilo televisivo es más informal que el que se utiliza en otros medios. Es más sencillo y menos retórico.

El estilo propio de la televisión no es difícil de aprender, pero exige una técnica y mucho esfuerzo. En realidad, nadie habla de la

misma forma que escribe, ni escribe de la misma forma que habla. Sin embargo, cuando hablamos lo hacemos de una manera más sencilla y directa, y una buena manera de practicar es simplemente explicar a alguien la historia que queremos escribir. Con toda seguridad, el periodista que escribió «Piquetes de trabajadores en huelga ingresaron por la fuerza a las instalaciones de su fábrica» no lo habría contado así a sus amigos. Lo más probable es que les hubiera dicho: «Trabajadores huelguistas se apoderaron de su fábrica».

Estos principios que comparten los profesionales especializados en televisión no siempre son aceptados por los periodistas que llegan a la televisión provenientes de otros medios. Por eso muchos de ellos fracasan, y los que insisten tienen que hacer grandes esfuerzos para cambiar su estilo de escribir. Alguien recomendó que en televisión hay que *hablar con la máquina de escribir*. Y esto consiste en leer en voz alta lo que se escribe. Es una técnica extraña. En la BBC de Londres muchas veces los reporteros dictan sus informaciones a secretarías para asegurarse de que los textos se entienden bien y de que se sujetan a las normas de un estilo claro y directo. Leer en voz alta ayuda a detectar errores, repeticiones, palabras innecesarias; y, en general, permite reconocer mejor las imperfecciones.

Otro factor que limita el trabajo del periodista de televisión es el tiempo o duración de las notas. El director de un noticiero tiene muy poco tiempo disponible para dar el panorama informativo básico del día. Por lo tanto, ha de limitar la duración de las informaciones. De ahí que el periodista que trabaja en televisión siempre tendrá menos espacio que su colega de la prensa.

2. REDACCIÓN DE TEXTOS PARA LA TV

Para enfrentar esa situación, el periodista televisivo está obligado a sintetizar, a centrarse en los detalles más significativos, en aquellos que realmente le dan valor e interés a la noticia. Para luchar contra la falta de tiempo, la mejor arma es ahorrar segundos en cada parte de la historia, buscar palabras cortas y simples para que cada oración tenga el menor número de palabras posible. En consecuencia, el texto televisivo debe ser preciso y conciso. Debe omitir todo lo superfluo.

Hay una fórmula que ayuda y obliga a cumplir con lo indicado. Se trata de restar al número de sílabas de una oración el número de palabras, y el resultado no debe pasar de 20. Esa fórmula se puede

expresar así: $S-P = < 25$. En la práctica, se puede determinar que para tener la brevedad y precisión que se requiere en televisión, una oración no debe tener más de 25 palabras.

Por otra parte, hay que señalar que el reportero o redactor televisivos tendrán que escribir siempre sus textos en una lucha dramática «contra el reloj». En la televisión informativa, por la complejidad del trabajo y las salidas al aire sujetas a horarios inflexibles e impostergables, hay muy poco tiempo para elaborar la información. Por lo tanto, es casi impensable la posibilidad de reescribir y perfeccionar lo hecho. El periodista televisivo debe ser veloz y expeditivo. Y lo debe ser escribiendo con el estilo correcto al primer intento. No es fácil al comienzo, pero con la práctica diaria se puede lograr.

Una preocupación permanente cuando se informa por televisión debe ser la claridad, para que el televidente no tenga dificultades para entender lo que se le informa. Así, los textos deben responder a estas otras exigencias:

1. Redondear cifras mayores con «alrededor», «casi», «más de», «aproximadamente». No se debe informar «157.986 personas resultaron afectadas», sino «Más de 150 mil personas resultaron afectadas».
2. Evitar la continua intercalación de tiempos verbales. Por ejemplo, en lugar de informar «El Presidente llegó al mediodía y de inmediato se ha dirigido al colegio...», hay que decir «El Presidente llegó al mediodía y de inmediato se dirigió al colegio...».
3. Hacer las conversiones necesarias cuando se trate de monedas, distancias, pesos, etcétera (véase cuadro). Nunca se debe informar a los televidentes peruanos que «El avión volaba a 3 mil pies», sino que «El avión volaba a mil metros».
4. Evitar las siglas. Dar los nombres completos, salvo que se trate de siglas muy difundidas y conocidas. Por ejemplo, no se puede afirmar que «CONICET propuso algo», sino que «El Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, CONICET, propuso algo». Si en la narración hay necesidad de mencionar nuevamente a la entidad, ya se puede dar solamente la sigla, porque el televidente ya sabe de qué se trata.
5. Escribir para una audiencia masiva es como escribir y hablar a una sola persona, y ayuda si esa persona es alguien que se conoce y agrada, y no el peor enemigo o el jefe.
6. No hacer citas entrecomilladas, ya que el televidente no lee los textos. Así, es incorrecto escribir: «Denunciaré a todos los que se

han atrevido a injuriarme», dijo el congresista X. En su lugar, debe escribirse: «El congresista X dijo que denunciará a todos los que se atrevieron a injurarlo».

7. No cometer vicios de redacción (véase relación).
8. Por último, y lo más importante, la información televisiva es fundamentalmente imagen y sonido. Por ello, todo lo que se escriba o informe tiene que estar al servicio de esos elementos del lenguaje televisivo. Ya se ha indicado que la información debe corresponder y complementar lo que muestran las imágenes, las que no se deben describir, porque el televidente las está viendo en su televisor. Estas características son las que diferencian categóricamente el tratamiento informativo de la televisión del de los otros medios. Por ejemplo, los periodistas de diarios y la radio no podrían informar si no describen. Por trabajar con la imagen y el sonido, el periodista de televisión tiene retos más difíciles que sus colegas de otras manifestaciones periodísticas.

Y la necesidad de capturar los sucesos con imágenes y sonidos ocasiona que la labor informativa en la televisión sea muy compleja. Para hacerlo hay que movilizar por lo menos un equipo mínimo: reportero, camarógrafo y ayudante, con elementos tecnológicos propios de la televisión (cámara, luces, micrófonos, etcétera), en las tareas menos complicadas. Cuando se trata de transmisiones en vivo y en directo se tiene que utilizar elementos más sofisticados, como microondas y hasta los novísimos *fly away*, que permiten enviar la señal directamente a un satélite de comunicaciones desde el mismo lugar de los hechos. En este tipo de coberturas intervienen no solo periodistas, sino también los técnicos y expertos en la instalación y operación de equipos de sofisticada y delicada tecnología.

COMPARACIONES Y CONVERSIONES

Principio periodístico

Toda información debe ser de fácil entendimiento para los televidentes. Recursos para lograr ese objetivo son las comparaciones y conversiones. Ellas ayudarán al televidente a captar sin problemas las informaciones, en especial sobre temas internacionales, ya que recibirán datos vigentes en la realidad peruana. Estos son algunos de los casos más típicos.

Moneda

Se aconseja una conversión en dos pasos. Primero convertir el valor de la moneda extranjera a dólares. Luego, convertir dólares a soles. Para esta última conversión se adopta el valor promedio del dólar en la fecha de la información. *No se requiere de una paridad matemática o contable. Se trata de un dato periodístico.* Por ello se recomienda darlo con los siguientes términos: «unos... soles»; «aproximadamente... soles»; «más o menos... soles».

Por ejemplo, si la moneda «X» vale 1,20 dólares y el promedio del valor de la moneda norteamericana es de 2,15 soles, quiere decir que la moneda «X» vale aproximadamente (unos, más o menos) 2,58 soles.

En consecuencia, si en el informe el trabajador extranjero dice que gana 5 «X» diarios, el reportero está en condiciones de convertirlo en unos 13 soles diarios. Es obvio que de esta manera se facilita el entendimiento del televidente peruano. Al respecto, hay que destacar la calidad del periodismo internacional. Siempre convierte a su moneda cualquier cifra extranjera.

Un aspecto complementario de estas conversiones es la comparación entre ingresos promedios, entre capacidades adquisitivas. La iniciativa del periodista talentoso creará las más enriquecedoras comparaciones y con ello logrará informes más impactantes.

Distancias

Una mención de puntos geográficos entendibles y familiares a los televidentes puede ayudar a una mejor comprensión de distancias. Así, si un lugar está a unos 40 km de otros puntos, una efectiva manera de precisar la distancia sería decir: «A una distancia parecida a la de Lima a Chacabayo». De más está decir que debe hacerse siempre una conversión de las medidas que se usan en el extranjero. Al final se ofrece una tabla de valores.

Temperatura

La conversión de grados Fahrenheit (escala para medir la temperatura utilizada fundamentalmente en Estados Unidos) a grados centígrados es uno de los retos más difíciles que enfrentan tanto reportero, redactores y editores, cuando se aborda el tema del clima. Este es el procedimiento de conversión:

«Réstese 32 del número de grados Fahrenheit. El resultado multiplíquese por 5. El producto divídase entre 9 y se tendrá la equivalencia en grados centígrados». Ejemplo: 90 grados Fahrenheit equivale a 32,2 grados centígrados.

COMPARACIONES Y CONVERSIONES (CONTINUACIÓN)

Para convertir grados centígrados a Fahrenheit se procede a la inversa. Es decir, se multiplica por 9 el número de grados centígrados; el producto se divide entre 5 y, finalmente, al resultado se le añade 32.

Medidas que siempre deben convertirse

Una pulgada	=	2,54 cm
Un pie	=	0,30 m
Una braza	=	1,83 m
Una yarda	=	0,914 m
Una milla náutica	=	1,853 km
Un nudo	=	1,853 km
Una milla terrestre	=	1,609 km
Un acre	=	0,4047 hectáreas
Una onza	=	28,35 gramos
Una libra	=	0,45 kilos
Un bushel (de trigo)	=	35,23 kilos
Un galón	=	3,79 litros
Un barril (petróleo)	=	42 galones
Una tonelada (petróleo)	=	6,46 barriles

Conversión a la inversa

Metros a pies	=	Multiplíquese por 3,8
Metros a pulgadas	=	Multiplíquese por 39,37
Kilómetros a millas	=	Multiplíquese por 0,621
Kilos a libras	=	Multiplíquese por 2,2
Centímetros a pulgadas	=	Multiplíquese por 0,39

VICIOS DE REDACCIÓN

En la redacción se pueden cometer muchos vicios o errores al construir las oraciones. Son los *vicios de construcción*.

Los principales son:

1. El *barbarismo sintáctico*, que consiste en el empleo de frases o giros bárbaros, esto es, propios de lenguas extrañas a la nuestra y que se han traducido literalmente. Los más funestos y comunes son los galicismos, provenientes del francés. Algunos ejemplos: «Dar cuenta del hecho» por «Referir, contar, narrar el hecho»; «Hacer alusión» por «Aludir, referirse a»; «Tener lugar algo» por «Suceder».
2. El *solecismo*, que es cualquier falta contra la concordancia, contra la debida colocación de los términos o contra la debida unión de sus complementos. Ejemplos: «Hay niños y niñas caritativas» (por *caritativos*); «Hubieron (por *hubo*) fiestas»; «No les (por *los*) conocí».
3. La *anfibología* u oscuridad gramatical que resulta de ciertos giros que dan lugar a dos o más sentidos. Ejemplos: «Enrique recomendó a Juan a Antonio» (¿quién era el recomendado?); «Justina fue a casa de Inés en su auto» (¿en el auto de quién?); «Me encontré con el profesor y su primo y le hablé de usted» (¿primo de quién?; ¿a quién hablé?).
4. La *monotonía o pobreza*, que consiste en el uso frecuente y próximo de los mismos vocablos. Ejemplos: «Era *un* hombre trabajador, *un* gran estadista, *un* buen padre» (se pueden suprimir todos los artículos *un*); «Julio se levantó, luego Julio tomó desayuno, y después Julio se fue a la oficina» (se puede reemplazar por pronombres o eliminar el nombre); «carta mural» por *mapa*; «golpe de martillo» por *martillazo*; «levantarse temprano» por *madrugar*; «hacer traición» por *traicionar*; «hacerse ilusiones» por *ilusionarse*; «hacer música» por *tocar o cantar*.
5. La *redundancia*, que consiste en añadir palabras innecesarias para el sentido cabal, porque repiten una idea ya expresada. Ejemplos: «Lo vi con *mis* ojos y lo palpé con *mis* manos», «ustedes *mismos* irán», «Escribe una carta bien *escrita*», «el *abajo* suscrito», «mendrugo de *pan*», «cardumen de *peces*».
6. La *cacofonía* o mal sonido, que consiste en el encuentro o repetición muy cercana de unas misma sílabas o consonantes. Ejemplos: «Armonioso sonido», «Roma, madre del Orbe», «Está tan tonto».
7. El *hiato*, que consiste en el encuentro desagradable de dos o más vocales. Ejemplos: «Está allá abajo», «Golpee en la puerta», «Llama a Aarón».

LECCIÓN N^o 2

TÉCNICAS DE LOS INFORMES TELEVISIVOS

Objetivo

Dominar las técnicas de los informes noticiosos y aprender a expresarse en la televisión.

1. MODALIDADES DE LOS INFORMES

La manera como un reportero de televisión elabora el informe de su cobertura noticiosa constituye una de las mayores diferencias con la labor de los reporteros de los medios escritos o radiales. Muchos de los principios consagrados en los otros medios no rigen en el periodismo televisivo. Y muchas de las razones ya han sido expuestas.

Las principales modalidades de los informes televisivos pueden clasificarse en:

- a) Informes directos.
- b) Informes posproducidos.

Los *informes directos* son los que hace el reportero en el mismo momento que ocurren los hechos y desde el lugar de los sucesos, prácticamente improvisando todas las referencias. Es el mayor desafío que puede tener un reportero, ya que requiere de cualidades muy especiales. Entre estas, gran facilidad de expresión para evitar redundancias y reiteraciones monótonas, mucho sentido de la noticia, dominio de la situación y del suceso, gran seguridad telegénica, capacidad de transmitir la emoción del momento y cuidar detalles técnicos como la altura del micrófono y la posición correcta.

Los informes directos pueden ser *en vivo* o *diferidos*. La diferencia está en la salida al aire. En el primero, el informe está en la

pantalla cada segundo; por lo tanto, los errores y deficiencias no podrán ocultarse. En el segundo caso el informe es grabado, y para su uso posterior requerirá ser sometido a una labor de edición en la que los errores y deficiencias que pudieran haberse cometido pueden ser eliminados, pero la sensación que se transmitirá a los televidentes será la de un informe hecho en el mismo momento de los sucesos. En algunos casos, los informes directos diferidos pueden contar con una narración grabada posteriormente para explicar mejor lo ocurrido y para permitir una duración menor de la nota.

Los informes directos tienen algunas limitaciones: exigen mucho tiempo del noticiero y se puede dar una información inexacta, debido a que los acontecimientos están en pleno desarrollo y los datos podrían no estar debidamente verificados.

Los *informes directos en vivo* pueden dar lugar a variaciones: a) el reportero todo el tiempo en cámara para conversar con los narradores en estudio; b) el reportero asume la responsabilidad de presentar notas pregrabadas, en reemplazo de los narradores; c) el reportero hace entrevistas en el lugar del suceso, con tomas de apoyo.

Los *informes posproducidos* son los que hace el reportero después de cumplida su cobertura, realizado el visionado del material y elaborada la pauta respectiva. Son generalmente redactados y con la información comprobada y precisa.

Sus manifestaciones principales son los *informes resumen, de desarrollo y sincopados*.

Los *informes resumen* son los que se hacen para notas que no tienen mayor riqueza visual. En ellas las imágenes se utilizan solo para ilustrar la narración, sin mayores pretensiones.

Los *informes de desarrollo* se elaboran para notas que cuentan con abundante y variado material visual, y los detalles informativos requieren de una narración *en off*, entrevistas, despliegue de secuencias con su audio propio o ambiental, y *stand ups* o apariciones del reportero en cámara en el mismo lugar de los hechos. Los *stand ups* pueden hacerse al *comienzo* de la nota en casos especiales; *en el desarrollo como «puente»*, para unir momentos de la nota y, generalmente, para dar información que no se tiene en imágenes; *y en la despedida*, para dar un toque informativo final y, luego, las menciones del lugar, el noticiero, el reportero y el camarógrafo, si la cobertura ha merecido un esfuerzo especial, algún riesgo, es de gran calidad o se trata de una primicia.

La modalidad de los *informes sincopados* se utiliza sobre todo para discursos o intervenciones orales muy extensas. Con esta técnica el reportero hace resúmenes que se alternan con los pasajes sonoros de los personajes que amplían esos resúmenes. Se utiliza para abreviar el material informativo, conservando momentos sonoros muy apropiados.

2. LA CARILLA Y LA GRAFICACIÓN

En los intensos años de labor periodística en la televisión, la experiencia nos llevó a crear una carilla especial para los textos de los informes. En ella se consideran cuatros aspectos:

- a) los datos generales de la tarea y los ejecutantes;
- b) una relación de las imágenes principales de la nota;
- c) el resumen con la noticia o el *qué* del suceso que sirva para redactar la presentación o «gorro» de la nota a ser leída por los narradores; y
- d) el texto de la información propiamente dicha, que no debe comenzar con lo consignado en el resumen. En otras palabras, que debe comenzar con los detalles del suceso (*quién, cómo, dónde, cuándo, por qué*), con lo que se evitará una desagradable y criticable reiteración informativa.

Por otra parte, para facilitar la estructura del informe ideamos una graficación con base en rectángulos: alargados horizontalmente (para personas), y alargados verticalmente (para acciones). Esta graficación comienza, *obligatoriamente*, con el rectángulo correspondiente al narrador o presentador de la nota. Esto debido a que en la televisión noticiosa toda información que se emite se inicia con la introducción o presentación de una narrador en el estudio o en cámara.

EJEMPLO DE CARILLA

Comisión: Casetes:
Reportero: Camarógrafo:
Fecha: Hora:

Imágenes principales:

(Mencionar las imágenes más características de la comisión)

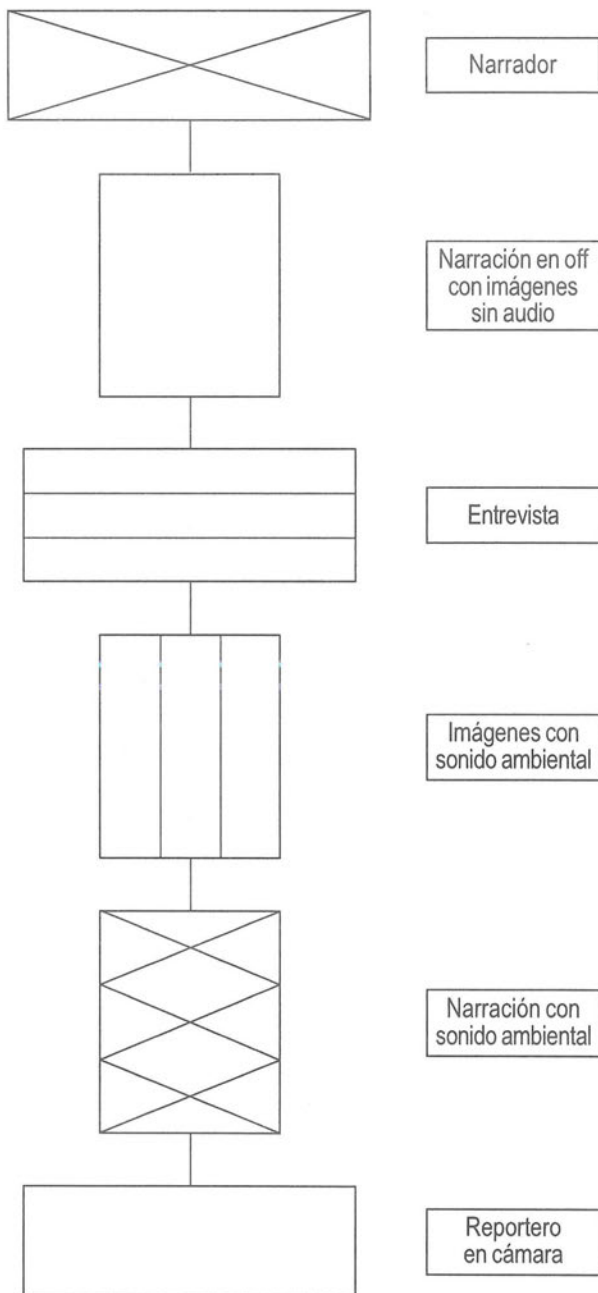
Resumen noticioso:

(Dar el *qué* de la información. Es decir, los elementos que permitan redactar la presentación de la noticia por el narrador)

Desarrollo de la información:

- a) No se debe comenzar con el texto del resumen.
- b) Se debe sugerir momentos de la edición.
- c) Se debe escribir a lo ancho de la carilla, ya que no es un libreto.
- d) Se debe considerar una duración de cinco segundos para la lectura de cada línea. Así se tendrá una idea de su duración.

GRAFICACIÓN DE INFORMES



EJEMPLO DE CARILLA

Comisión: Casetes:

Reportero: Camarógrafo:

Fecha: Hora:

Imágenes principales:

(Mencionar las imágenes más características de la comisión)

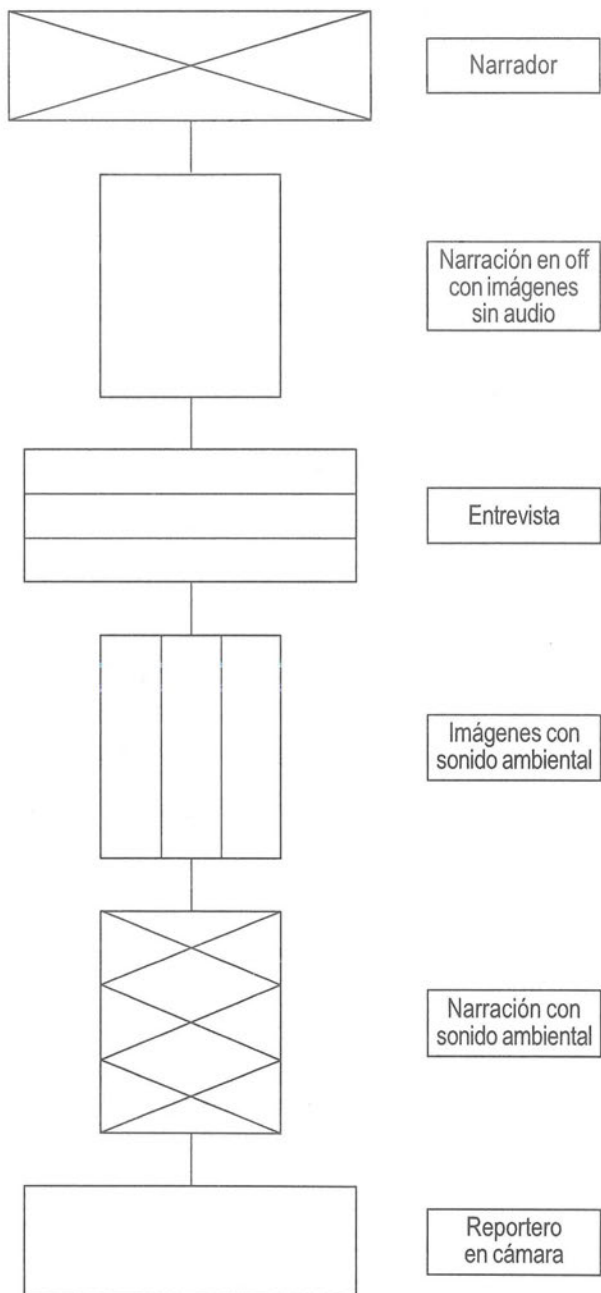
Resumen noticioso:

(Dar el *qué* de la información. Es decir, los elementos que permitan redactar la presentación de la noticia por el narrador)

Desarrollo de la información:

- a) No se debe comenzar con el texto del resumen.
- b) Se debe sugerir momentos de la edición.
- c) Se debe escribir a lo ancho de la carilla, ya que no es un libreto.
- d) Se debe considerar una duración de cinco segundos para la lectura de cada línea. Así se tendrá una idea de su duración.

GRAFICACIÓN DE INFORMES



LECCIÓN N° 3

LA INFORMACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

Objetivo

Conocer cómo se cubre la información nacional e internacional por acción de los corresponsales.

1. LA COBERTURA NACIONAL

En todo medio hay una gran fuente informativa que es el interior del país; las provincias, como se dice en el argot profesional. Muchas veces acontecimientos fuera de Lima se convierten en las informaciones principales. De ahí que exista toda una sección, al mando del jefe respectivo, que se preocupa de coordinar, estimular y conseguir la información del interior del país. Esta se halla a cargo de los corresponsales, que pueden ser contratados o colaboradores en lugares de poca ocurrencia noticiosa.

En ocasiones excepcionales, por la magnitud de los acontecimientos (terremotos, inundaciones, recorridos presidenciales, etcétera), los canales destacan a su personal de Lima en calidad de «enviados especiales», quienes deben trabajar en equipo con los corresponsales. Estos, conocedores de sus localidades, pueden proporcionar valiosa ayuda a sus colegas de Lima, tanto en los aspectos periodísticos como en los logísticos.

Una de las principales preocupaciones es la llegada de los videos. Por lo general, hasta el momento esto se da por avión o por servicio terrestre. Para hacer más expeditiva esta llegada se desarrolla toda una operación logística. Con el avance de las facilidades tecnológicas se espera que se use con más frecuencia otras vías, como microon-

das, vía satélite (*fly away* y *videófono*) y redes telefónicas de fibra óptica.

Mientras tanto, un recurso muy utilizado para la información de provincias es la llamada telefónica, que puede ser grabada o en vivo durante el mismo noticiero.

Aquí algunas directivas que se tienen en cuenta:

1.1. Clases de informe

Hay dos posibilidades: a) informe directo; y, b) informe grabado.

- *Informe directo*: Comunicación en vivo durante el programa. Solo para noticias de gran impacto o de inmediatez palpitante. Dos fases: informe propiamente dicho y ampliación ante preguntas del conductor del programa. Necesidad de mucha preparación y prácticas frecuentes.
- *Informe grabado*: Solo tiene en cuenta la primera fase. Puede ser regrabado para su perfeccionamiento y referirse a temas de interés sin tener las características del informe en vivo.

1.2. Contenido del informe

Solo se debe informar de hechos de interés para todos los televidentes del país. Consecuencia: evitar toda información de carácter localista.

1.3. Duración del informe

En principio, ningún informe (directo en su primera fase o grabado) debe durar más de treinta segundos. Excepcionalmente, cuando la magnitud de la noticia lo justifique, podría superar ese límite.

1.4. Cómo se debe informar

Un informe tiene que responder de la forma más resumida posible a las preguntas básicas: *qué, quién, cuándo, dónde, cómo*.

1.5. Características del informe

- *Grabado*: Comenzar con la noticia misma; identificación al final (fórmula: nombre del reportero, localidad, nombre del noticiero o canal).

- *Directo*: Dar la hora al comenzar; no requiere identificación final (despedida estará a cargo del narrador en estudios).

2. LA COBERTURA INTERNACIONAL

Sin duda, la información internacional constituye la provisión noticiosa más nutrida para un programa informativo. Cada día, centenares de noticias de los más recónditos lugares del planeta están a disposición de los editores. Muchas veces se convierten en las notas más impactantes e importantes del panorama noticioso diario.

Hay dos modalidades para recibir esta información:

a) La tradicional, proporcionada por las agencias cablegráficas. Antes llegaba a las redacciones a través de ruidosos teletipos; ahora llega directamente a los discos duros de computadoras. Las agencias dan un servicio las 24 horas del día. Proporcionan la información más extensa y desarrollada de los acontecimientos del exterior. En cada programa noticioso hay personal especializado en revisar este material y seleccionarlo de acuerdo con el interés del momento. Posteriormente será objeto del llamado «volteo».

b) La vía satélite, que es la modalidad más utilizada por la televisión, ya que proporciona los elementos requeridos por el medio: *imagen, movimiento y sonido*. Todos los canales tienen personal dedicado a la recepción, pauteo y grabación de los diferentes programas periodísticos de diversos países. Este personal está en condiciones de traducir de otros idiomas la información correspondiente y es capaz de hacer los libretos que requieran las notas. La recepción vía satélite se realiza prácticamente a toda hora del día.

En teoría, para usar las imágenes se debe contar con los derechos del caso, contratados con las entidades que originan la señal. En nuestro país, en la práctica, algunas veces no se respetan esos derechos y se practica lo que se llama la «piratería»; es decir, el uso no autorizado de las notas. En otros países eso no es posible.

En la recepción de las noticias del exterior son muy importantes los pauteadores de los noticieros o programas que se reciban por la vía satélite y que se graban para su posterior uso por los noticieros del canal. Este personal debe ser, en lo posible, multilingüe —de hecho, dominar el inglés básicamente—, ya que muchos excelentes programas periodísticos se originan en los países anglosajones y los pauteadores deben traducirlos y proporcionar la información escrita correspondiente a los directores de los espacios informati-

vos de su canal. Más aún: deben estar capacitados periodísticamente para dar versiones-resumen del muchísimo material que llega con mucha frecuencia, cuando se trata de acontecimientos de gran trascendencia e interés.

Las pautas, además de los rubros ya mencionados, deben contener una columna que se refiera a la calidad e interés de las notas recibidas. Esta clasificación ayuda mucho a la labor de los directores o editores, ya que ha habido una previa calificación del material recibido. Esto se puede expresar con los conceptos: excelente, muy buena, buena, sin interés.

HOJA DE PAUTA INTERNACIONAL

Noticiero: País:

Fecha: Hora: Pauteur:

[illegible]

GLOSARIO

Anfibología	Oraciones que pueden ocasionar dos interpretaciones o sentidos.
Barbarismo	Empleo de frases o giros de otros idiomas traducidos literalmente.
Cacofonía	Oraciones que muestran el encuentro o repetición muy cercanos de una misma sílaba.
Camarógrafo	El profesional responsable de realizar las tomas de las imágenes en el lugar del hecho (reportero gráfico) o en el estudio.
Carilla	Formato de hoja especial para los informes escritos de los reporteros.
Directos	Son los informes que se hacen cuando están ocurriendo los hechos. Pueden ser <i>en vivo</i> (salen al aire de inmediato) o <i>diferidos</i> (se graban para ser editados).
Graficación	Diseño de rectángulos alargados vertical y horizontalmente para graficar la estructura del informe de un reportero.
Hiato	Oraciones que muestran el encuentro desagradable de dos o más vocales.
Posproducidos	Son los informes concebidos para contar con una narración grabada posteriormente a los hechos. Pueden ser de resumen, desarrollo y sincopados.
S-P = < 25	Fórmula para precisar la extensión de una frase u oración. Indica que las sílabas menos las palabras no deben dar un resultado mayor a 25.
Solecismo	Falta contra la concordancia o la debida unión de los complementos de una oración.

CUESTIONARIO DE REVISIÓN

1. Explique por qué la información televisiva es para todos los públicos.
2. ¿Por qué se acude al estilo *conversado* para informar en la televisión?
3. Detalle las diferencias fundamentales entre el lenguaje de la prensa y el televisivo.
4. Se dice que cuando se redacta en televisión se debe *hablar con la computadora o la máquina de escribir*. Aborde el tema.
5. Explique qué significa la fórmula $S-P = < 25$ en la redacción televisiva. Elabore textos que cumplan con la fórmula, reescribiendo notas de los diarios.
6. Para redactar textos en televisión se debe respetar algunas exigencias. Precise qué exigencias se incumplen en los ejemplos siguientes: 1) 157.986 personas; 2) llegó y se ha dirigido; 3) el SARS causa estragos; 4) volaba a 3 mil pies; 5) «Soy sexy», dijo Madonna; 6) hubieron fiestas.
7. Mencione las cualidades especiales que debe tener un reportero para hacer informes directos.
8. En los informes de desarrollo el reportero puede tener apariciones en cámara o *stand ups*. Describalas.
9. Con los rectángulos estudiados, grafique una información integrada por: a) imágenes con sonido pleno; b) dos entrevistas; c) narración con imágenes; d) un *stand up* del reportero. No olvide, en el gráfico, al narrador.
10. Explique cómo son los informes telefónicos que los corresponsales de provincias hacen a sus canales.
11. La información internacional que recibe un canal llega, fundamentalmente, vía satélite. Desarrolle el tema.

QUINTA UNIDAD
DE APRENDIZAJE

EL NOTICIERO
DE TELEVISIÓN

Objetivo

Entender los conceptos básicos que gobiernan el programa informativo y apreciar las diferentes versiones y organizaciones de los noticieros.

Sumario

Lección N° 1: Definición y características de un noticiero televisivo

Lección N° 2: Organización y personal de un noticiero

Lección N° 3: El material informativo de un noticiero

LECCIÓN N° 1

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL NOTICIERO (*)

Objetivo

Comprender el significado y naturaleza de un noticiero en una programación televisiva.

1. UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN

El noticiero es la culminación de la dinámica informativa en la televisión. Todos los logros, esfuerzos y, a veces, grandes sacrificios de la búsqueda noticiosa a cargo de centenares de reporteros y camarógrafos en el Perú y el mundo, sin límites horarios, tienen como objetivo ser mostrados y aprovechados cada día por un noticiero.

Hay una característica única y singular que permite entender mejor al noticiero: *es un espacio más de una programación televisiva*, lo que quiere decir que el noticiero es un programa de televisión cuyo contenido es la información de los sucesos ocurridos en el Perú y el mundo. Y, por ser parte de la programación de un canal, fundamentalmente de entretenimiento, debe, por un lado, tener en cuenta esa realidad televisiva, y, por otro, enfrentar a programas de los canales

(*) ¿Noticiero o noticiario? Muchos alumnos hacen esta pregunta. Según el *Diccionario de la Real Academia Española*, significan prácticamente lo mismo. *Noticiario* es el programa, pero *Noticiero* el que da noticias (la RAE menciona el ejemplo *periódico noticiero*). Profesionalmente, en casi toda Latinoamérica y en la televisión de habla hispana de Estado Unidos se utiliza *Noticiero*. En España se emplea el término *Telediario*. Pero esto no debe constituir mayor motivo de discusión. Los alumnos pueden utilizar tanto *noticiero* como *noticiario*, según prefieran.

competidores en su horario. Por ello, su *rating* o sintonía depende también de los programas que lo anteceden y lo suceden.

Para explicar esta situación, que es muy propia del medio televisivo, se tiene que considerar dos factores: el *horizontal* y el *vertical*. Este último precisa qué sintonía le deja al noticiero el programa precedente o anterior y cuánta atracción congrega el programa que le sucede. El factor *horizontal* indica contra qué programas compite el noticiero en su mismo horario.

A continuación, un cuadro mostrará lo dicho.

Factores vertical y horizontal

Hora	Canal «A»	Canal «B»	Canal «C»	Canal «D»	Canal «E»
19:00					
20:00			Anterior		
21:00	Programa	Programa	Noticiero	Programa	Programa
22:00			Posterior		
23:00					

En este cuadro se ve que el canal «C» tiene un noticiero a las 21:00 horas. Según el criterio vertical, la sintonía dependerá apreciablemente del programa que lo antecede (20:00 horas) y del que lo sucede (22:00 horas). Si esos dos programas tienen un buen *rating*, el noticiero será beneficiado por heredar una alta sintonía y ser la antesala de otro programa de gran atracción.

Según el criterio horizontal, el noticiero tiene que enfrentar a cuatro programas de la competencia que pueden ser de entretenimiento (telenovelas, películas, programas cómicos y programas deportivos) y tener buena sintonía.

Una de las medidas de la sintonía televisiva es el *rating*. Es el porcentaje que resulta de considerar el universo total de los televisores existentes en una localidad y el número de aparatos que están sintonizando un programa (por ejemplo, si hay cien televisores y 18 están sintonizando un noticiero, el *rating* de este será de 18 puntos). También se puede medir considerando al total de televidentes.

Los factores vertical y horizontal, como se ha visto, pueden ser determinantes para la mayor o menor aceptación de un noticiero, salvo que sea tan competitivo como para superar las limitaciones que le puedan ocasionar esos dos factores.

2. UN ESPECTÁCULO INFORMATIVO

Por las razones expuestas, un noticiero no solo debe realizarse en función del valor periodístico de su contenido, sino que tiene necesidad de apelar a los recursos del «*show* o espectáculo televisivo». En el caso de un noticiero, esto consiste en aprovechar al máximo los elementos de su lenguaje periodístico: la *imagen* (planos impactantes, tomas dinámicas y muy expresivas), el *sonido* (pleno sonido natural para que se escuchen, por ejemplo, explosiones, arengas, risas, llantos) y el *movimiento* (acudir a los recursos del movimiento lento o congelados para observar mejor los detalles de una acción). A los que se agregan los más variados y vistosos recursos de producción (créditos, efectos de composición de la pantalla, infogramas, animaciones, música impactante, entre otros). Todo de acuerdo con el principio del interés general que, en la televisión, es una exigencia definitiva.

El noticiero enfrenta un reto permanente. Además de ser objetivo, veraz, imparcial, honesto y responsable, en acatamiento de principios periodísticos fundamentales, que le otorgan la indispensable *credibilidad*, debe ser *interesante*, capaz de captar la atención del televidente y mantenerla mientras dure el programa. Un televidente que se aburre con lo que ve y escucha cambia de canal o apaga el televisor. Una de las formas preferidas de ganar el interés de los televidentes es emocionarlos, hacerlos partícipes de los sucesos; conseguir su indignación, su alegría, su tristeza, su asombro, su entusiasmo, sus críticas, su solidaridad, según las noticias que se le proporcionen. La indiferencia del televidente es lo peor que le puede suceder a un noticiero. No tendrá futuro y desaparecerá del aire.

3. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Los noticieros pueden identificarse por las siguientes características:

3.1. Criterio periodístico

3.1.1. Por el origen geográfico de las noticias. Con este criterio las informaciones se agrupan en secciones fijas o «cajones», como locales, nacionales e internacionales, principalmente. Y las noticias se dan en ese orden, sin tener en cuenta la posible vinculación informativa que pudieran tener las notas de los «cajones».

3.1.2. Por el valor periodístico independiente de cada nota, sin importar su origen geográfico. Según este criterio, no hay ningún inconveniente en dar las noticias de cualquier lugar del mundo en cualquier momento del noticiero, sin más consideración que su interés informativo y el interés general de todo el noticiero. *Hay que indicar que este es el criterio dominante en casi todos los noticieros del mundo.*

3.2. Enfoque informativo

3.2.1. Serio, con énfasis en lo trascendental o importante.

3.2.2. Flexible, basado fundamentalmente en el interés general de las notas.

3.2.3. Truculento y sensacionalista, con preferencia por las notas policiales y de espectáculos.

3.3. Línea editorial

3.3.1. Oficialista, gobiernista (preponderancia de notas destinadas a destacar y apoyar al gobierno de turno).

3.3.2. Oposición al gobierno (énfasis en las informaciones de hechos que revelan desaciertos o fallas del gobierno).

3.3.3. Independiente (con un contenido objetivo e imparcial, desligado de cualquier compromiso).

3.3.4. Al servicio de grupos influyentes (defensa de intereses particulares y empresariales).

3.4. Formato

3.4.1. Un narrador.

3.4.2. Dos narradores (se ha aceptado mayoritariamente el formato de un hombre y una mujer).

3.4.3. Varios narradores, comentaristas y entrevistadores.

3.5. Duración

3.5.1. Variable: va desde los micronoticieros de minutos hasta programas de varias horas. Hay que señalar que la duración promedio

de los noticieros principales en el Perú y varios países de Latinoamérica es de una hora. En Norteamérica y Europa es de media hora.

3.6. Diseño

3.6.1. Composición escenográfica: real (los narradores aparecen delante de personal trabajando); teatral (la más común, diseñada por un escenógrafo); por efectos (se logra mediante el empleo del *chroma key*, en un estudio pintado generalmente de azul); virtual o digital (diseños escenográficos computarizados son insertados electrónicamente en la pantalla).

3.6.2. Tiros de cámara: de entrada, salida, composiciones individuales.

3.6.3. Iluminación: general, individualizada.

3.6.4. Ayudas visuales: inserciones de «gobos» y créditos.

3.7. Estilo

3.7.1. Formal o clásico (los narradores se limitan a leer textos).

3.7.2. Informal (los narradores o conductores, con base en referencias concretas, se encargan de desarrollar su labor de una manera coloquial o conversada).

3.7.3. Mixto (se intercalan los momentos formales con los informales en el desarrollo del programa, sobre todo en los comentarios y las apreciaciones después de cada nota).

LECCIÓN N° 2

ORGANIZACIÓN Y PERSONAL DE UN NOTICIERO

Objetivo

Conocer las funciones del director y las especialidades del personal que participa en la producción del programa

1. TRES ESPECIALIDADES

Con excepción del que labora en el proceso de la búsqueda informativa, el personal que trabaja en un noticiero se agrupa en tres especialidades: a) periodística; b) de producción; y, c) técnica. Ello provoca la ardua y cotidiana dificultad de tener que coordinar esfuerzos homogéneos, orientados a un logro común: el éxito del noticiero.

Al personal *periodístico* pertenecen, además del director, quien tiene la autoridad y la responsabilidad del programa y cuya función se detallará más adelante, los siguientes trabajadores:

- *Jefe de Redacción.* Tiene como tarea básica supervisar la brillantez y corrección de los textos que se leerán en el programa. También ejerce como subdirector del noticiero, y como tal puede reemplazar al titular en casos de ausencia de este.
- *Redactores.* Los periodistas encargados de elaborar los diferentes textos. (Se ampliará más adelante.)
- *Editores.* Los periodistas dominadores de los equipos de edición. (Esta labor fundamental se desarrollará luego.)
- *Narradores.* Aquellos que salen en pantalla para informar y presentar las notas del programa. (Habrà más detalles.)
- *Telepromptistas.* Por lo general mujeres, son los encargados de procesar los textos del libreto del noticiero en una computadora

con un programa especial y conectada a monitores en las cámaras para que los narradores puedan leer los textos mirando a la pantalla.

- *Coordinadores.* Personal auxiliar que se ocupa en múltiples tareas de apoyo durante la preparación del noticiero; se encargan, por ejemplo, de compaginar y marcar las páginas del libreto.

Al personal de *producción* corresponden:

- *Productor.* Importante colaborador del director del noticiero, tiene la responsabilidad de todas las tareas relativas a la presentación y salida del programa al aire. En otros programas de televisión es por lo general la máxima autoridad. Pero en un noticiero no tiene esa jerarquía, ya que es el director el que ejerce esa autoridad.
- *Director de cámaras.* Es el profesional responsable de los detalles técnicos y operativos de la salida del noticiero al aire. Debe ser el único enlace entre el llamado *switcher* o control y el estudio.
- *Camarógrafos de estudio.* A diferencia de los camarógrafos reporteriles, no salen al campo. Integran un personal que puede ser distribuido por la gerencia de producción entre todos los programas del canal. Gracias a la robotización de los equipos y a los hoy sencillos tiros de cámara, en muchos noticieros del mundo su presencia ya no es necesaria.
- *Escenógrafos.* Artistas encargados del diseño de la ambientación del estudio. Participan solo cuando hay necesidad de un cambio de diseño escenográfico. Con el avance de la tecnología digital y multimedia, muchos noticieros acuden ahora a las escenografías virtuales, que solo necesitan que el estudio, las paredes y el piso estén pintados de un solo color (por lo común, azul).
- *Operadores de generadores de caracteres.* Los encargados de cargar el disco duro de computadoras con programas o *software* especiales con los numerosos créditos, lemas y titulares que se mostrarán en el programa. Esta labor necesita mucha especialización y una operatividad oportuna y confiable. Requiere de varias horas de dedicación diaria antes del inicio del programa. En una emisión normal se utilizan casi 200 créditos.
- *Diseñadores de efectos y artes por computadora.* Otro personal que requiere mucho dominio de los diferentes programas especializados. Deben ser muy imaginativos para resolver los diferen-

tes pedidos del director y el productor. Por lo general, su labor se aprecia por el impacto de las composiciones en la pantalla.

- *Maquilladores.* La gran mayoría mujeres, son los especialistas en el tratamiento de los rostros de los narradores para que luzcan como es debido en la pantalla. Su labor incluye también el peinado. En principio, ninguna persona que aparezca en pantalla puede hacerlo sin haber pasado previamente por las manos de un(a) maquillador(a).
- *Asistentes.* Colaboradores directos del productor, cumplen diferentes tareas.

Al personal *técnico* pertenecen:

- *Ingeniero jefe.* Es el responsable de la operación técnica del noticiero, destacado por su gerencia respectiva. Esta situación de dependencia ajena al programa y el criterio celoso que tiene, en general, el personal técnico, hace difícil a veces la coordinación con el director y el productor. Por ejemplo, un video de gran valor periodístico puede ser observado por ese personal por no presentar la calidad técnica exigida. A regañadientes aceptan que un noticiero no es una telenovela o un musical y que, por lo tanto, en determinadas circunstancias lo que se impone es el contenido periodístico de las imágenes y no su perfección técnica.
- *Sonidistas.* Los técnicos especializados en el manejo de la consola de audio que gobiernan la salida de los micrófonos de los narradores, el audio de los videos y los efectos musicales cuando no están pregrabados. Es una labor de mucha importancia en la emisión del noticiero, ya que controla la dimensión sonora del programa.
- *Iluminadores.* El personal que se encarga de colocar las fuentes de luz de acuerdo con el diseño de iluminación del programa. En canales que cuentan con los medios necesarios, las luces se mantienen hasta que necesiten un reajuste. En consecuencia, la presencia de este personal es circunstancial.
- *Operadores de videos.* Los encargados de ubicar los videos en las caseteras instaladas en el control para su lanzamiento al aire, de acuerdo con el orden establecido por el programa. Deben ser muy despiertos y acertados, para evitar que salgan imágenes que no correspondan a la nota que ha anunciado el narrador o que se emitan ya comenzadas.
- *Operadores de control de calidad.* Son los técnicos que, haciendo uso de medidores especiales, regulan la calidad de la señal que se

emite durante el programa, evitando, por ejemplo, saturaciones o imágenes con poco color (*chroma*).

- *Técnicos de enlaces*. Personal responsable de las conexiones telefónicas con el estudio y de los enlaces por microondas, fibra óptica y vía satélite, cuando el noticiero requiera informes exteriores en vivo o en diferido. Con el desarrollo de la tecnología digital, los noticieros están haciendo mucho uso de estos enlaces.
- *Técnicos de mantenimiento*. Personal imprescindible, pues se encarga de garantizar la operatividad óptima de los equipos y, si estos fallaran, de su reparación eficiente, rápida y oportuna.

Un cuadro puede graficar lo expuesto.

Personal de un noticiero

Director		
Periodístico	De Producción	Técnico
Jefe de Redacción	Productor	Ingeniero jefe
Redactores	Director de cámaras	Sonidistas
Editores	Camarógrafos de estudio	Iluminadores
Narradores	Diseñadores electrónicos	Operadores de videos
Telepromptistas	Operadores de caracteres	Operadores de calidad
Coordinadores	Escenógrafos	Técnicos de enlaces
	Maquilladoras	Técnicos de mantenimiento
	Asistentes	

2. LA IMPORTANCIA DEL DIRECTOR

Como se ha indicado, al frente del noticiero está el director o editor general del programa. En Estados Unidos, a quien ejerce este cargo se le llama productor ejecutivo. De este personaje depende mucho el éxito del noticiero. Es como un «chef» o cocinero que recibe muchos ingredientes para preparar la comida. Si es buen cocinero, aun con ingredientes (léase noticias) de regular calidad elaborará un buen menú. Si es malo, ni con los mejores ingredientes logrará satisfacer gustos exigentes.

Para cumplir debidamente su gestión, el director requiere responder a las siguientes exigencias:

- Tener un desarrollado *sentido de la noticia* que le permita seleccionar acertadamente las notas que va a utilizar en su programa.
- Poseer una amplia *cultura de actualidad* para estar debidamente informado de lo que ocurre cada día en el país y el mundo.
- Tener el *sentido del espectáculo televisivo*; es decir, utilizar todos los recursos periodísticos y de producción que le permitan hacer un noticiero de gran impacto visual y sonoro.
- Mostrar una *gran autoridad y personalidad* para hacerse respetar por las personas que intervienen en la realización de un noticiero y que pertenecen a especialidades distintas.
- Conocer ampliamente *todas las tareas* que se ejecutan en el programa.
- Tener una apreciable *experiencia profesional* en el periodismo televisivo, cualidad que le *permitirá* superar problemas que se puedan presentar aplicando recursos e iniciativas de eficiencia comprobada.
- Estar al día en sus *conocimientos de la última tecnología*, para aplicarla en su programa, si la tiene disponible, o proponer la adquisición de la que su empresa requiere.
- Mostrar una permanente *inquietud por innovar y perfeccionar los distintos aspectos* de su noticiero para colocarlo siempre a la *vanguardia en su ámbito*.
- Ser capaz de *realizar cambios de última hora*, con rapidez y eficiencia, en la composición del noticiero, cuando se produzcan situaciones informativas inesperadas.
- Tener *vocación para la autocrítica* permanente, pues ella le permitirá precisar los errores. Al respecto, ha de tener presente que el director debe dar cada día un examen ante un jurado implacable que es el televidente, y que *el mejor noticiero es el que comete menos errores*.

El director de un noticiero tiene que responder a cuatro preguntas fundamentales:

- ¿Qué notas propalo?
- ¿Con qué duración?
- ¿Cómo las propalo?
- ¿En qué orden?

LECCIÓN N° 3

EL MATERIAL INFORMATIVO DE UN NOTICIERO

Objetivo

Comprender el origen y contenido del material informativo con que cuenta un noticiero.

1. INFORMACIÓN MUY SELECTIVA

Hay que aceptar que un noticiero de televisión no puede ofrecer el volumen informativo que entrega un diario. Lo que hace el noticiero es proporcionar una información muy selectiva y condensada. El televidente no tiene la oportunidad de escoger como lo hace el lector de un periódico. Tiene que aceptar lo que el noticiero le ofrece.

Los editores del noticiero, por lo tanto, deben pensar en los límites de la atención que puede prestarle su teleaudiencia. De ahí que deba acudir a los recursos del «espectáculo televisivo», como se ha mencionado. La primera medida que deben adoptar para ello es una acertada selección de las noticias en función del interés de la mayor parte de la gente. Nunca tendrán el tiempo suficiente para dar gusto a todos.

El periodismo televisivo diario nunca puede abarcar todo lo que necesita el público para estar amplia y exhaustivamente informado. El televidente tiene que complementar y ampliar lo ofrecido por el noticiero con la lectura de los medios impresos.

Habría que agregar algo al respecto. Con el avance de los medios tecnológicos al servicio del periodismo televisivo la información es cada vez más veloz. Y esta velocidad implica necesariamente problemas de superficialidad de la información. Se tiene muchas informaciones muy cortas, casi siempre privadas de contexto. De ahí que,

por esta otra razón, el televidente deba acudir a las fuentes escritas para entender más ampliamente lo que pasa.

Sin embargo, las exigencias y premura de la vida diaria de muchísimos televidentes impiden que estos completen su visión de los hechos acudiendo a la lectura de los periódicos, y hacen que se contenten con lo informado por la televisión. De ahí la doble responsabilidad de un noticiero: ser interesante y tratar de informar lo más esencial del panorama diario.

2. CINCO ORÍGENES

El material que recibe un noticiero, a veces más de cien notas de las que solo puede utilizar una treintena, proviene de diferentes fuentes. Aquí algunos detalles:

- El resultado de la búsqueda local o metropolitana, a cargo de los reporteros y camarógrafos de la ciudad. Es, normalmente, el material principal.
- Los aportes de los corresponsales desde el interior del país.
- Las notas originadas en el extranjero y que llegan a las redacciones locales a través de los despachos cablegráficos de las agencias noticiosas y, sobre todo, por las recepciones de los diferentes satélites que aportan lo más valioso: las imágenes de los acontecimientos internacionales. Constituyen el material más nutrido.
- Material ajeno a la gestión del canal, generalmente enviado por fuentes oficiales y privadas, sin costo alguno. También se podría considerar en este origen la utilización de material proporcionado por la competencia, con el crédito correspondiente. En teoría, para hacerlo debería conseguirse la autorización previa, pero en la práctica muchas veces esto no sucede.
- Imágenes de archivo que se utilizan para enriquecer notas originales o para armar informes especiales.



GLOSARIO

En televisión algunos términos se usan profesionalmente en inglés y mantienen su procedencia anglosajona.

Chef	Una fácil descripción de lo que es un director («cocina» o combina los ingredientes —las informaciones— para elaborar un noticiero).
Criterio cajonero	Agrupar las informaciones en un noticiero basado en el origen geográfico de las noticias.
Escenografía virtual	Es la que se logra mediante dispositivos electrónicos que permiten que el televidente aprecie en su pantalla escenografías que no existen en el estudio.
Factor horizontal	Indica con qué programas tiene que competir el noticiero en su horario.
Factor vertical	Relación que existe entre un noticiero y los programas que lo anteceden y suceden. Si estos tienen gran sintonía, la teleaudiencia del noticiero se beneficiará.
Generador de caracteres	Sistema electrónico para producir títulos o créditos en una pantalla.
Gobo	Inserción visual a un costado de los narradores que muchos noticieros muestran en pantalla.
Off	Narración que se hace sin que el reportero o narrador se muestre ante una cámara.
On	Indica que el reportero o el narrador están ante la cámara en vivo.
Rating	Porcentaje de televisores o televidentes que sintonizan un programa en función del total —universo— de televisores o televidentes de una localidad.
Share	Es la medición de sintonía de un programa en función de los televisores encendidos en la hora de la medición.
Show televisivo	Aprovechamiento de todos los recursos del lenguaje televisivo para lograr un gran impacto.
Teleprompter	Dispositivo electrónico colocado sobre el objetivo de la cámara que permite desplegar el texto a la vista de los narradores, produciendo la impresión de que miran directamente al público y que recuerdan el texto de manera espontánea.

CUESTIONARIO DE REVISIÓN

1. Explique por qué se afirma que un noticiero es la culminación de la dinámica informativa en la televisión.
2. Se sostiene que un noticiero debe ser entendido como un espacio más de una programación televisiva. Exponga qué se deduce de esta realidad.
3. Elabore un cuadro en el que se aprecie cómo se visionan los factores *vertical* y *horizontal* para explicar su influencia en la sintonía de un noticiero. Considere cuatro televisoras y cuatro horarios.
4. Explique lo que es el *rating* y para qué se utiliza.
5. ¿Por qué un noticiero debe ser un *espectáculo informativo* y en qué forma lo puede lograr?
6. Entre las características de un noticiero, detalle los aspectos por: a) Criterio periodístico; b) Línea editorial; c) Enfoque informativo; y, d) Estilo.
7. Profesionales de tres especialidades participan en la producción de un noticiero. Elabore un cuadro en que se aprecie la distribución de ese personal.
8. ¿Por qué se afirma que el director de un noticiero debe ser como un *chef*?
9. Para cumplir debidamente su gestión, el director de un noticiero debe responder a diez exigencias básicas. Mencíonelas.
10. Explique por qué se dice que la información que brinda un noticiero debe ser muy selectiva.
11. Trate sobre los cinco orígenes del material que tiene a su disposición un noticiero.

**SEXTA UNIDAD
DE APRENDIZAJE**

ELABORACIÓN
DEL NOTICIERO

Objetivo

Conocer las tareas esenciales que se deben cumplir para la realización de un noticiero.

Sumario

Lección N° 1: Calificación y selección del material disponible

Lección N° 2: La edición de imágenes y audio

Lección N° 3: La redacción del libreto del programa

Lección N° 4: Distribución y modulación de las notas

Lección N° 5: La narración del noticiero

Lección N° 6: La producción televisiva

LECCIÓN N° 1

CALIFICACIÓN Y SELECCIÓN DEL MATERIAL DISPONIBLE

Objetivo

Aprender a calificar y seleccionar el material que se usará en el programa y en los titulares y motivaciones.

1. SABER CON QUÉ MATERIAL SE CUENTA

La elaboración de un noticiero comprende diferentes tareas, como son: a) la calificación y selección del material; b) la edición de videos; c) la redacción de los textos del libreto; d) la modulación del programa (distribución del material a lo largo de su duración); e) la conducción y narración del noticiero; y, f) la utilización de detalles de producción.

La *calificación* es la apreciación del material con que se cuenta. Como se ha indicado, un noticiero recibe diariamente hasta diez veces más que el número de notas que puede utilizar en sus ediciones. En consecuencia, el director se enfrenta cada día con la necesidad de saber qué material tiene a su disposición, porque no puede decidir qué es lo que va a emplear en su programa si no tiene conocimiento de todo el material, aunque sea como producto de una rápida revisión de cada una de las notas. En realidad, no se pone calificaciones numéricas sino apreciaciones de lo que es útil y lo que es desechable.

La experiencia indica que en no pocos casos, sea por descuido o por falta de tiempo, un noticiero puede no considerar un material valioso entre la treintena de notas que, como se ha mencionado, proporciona un noticiero de una hora de duración. Cuando esto

ocurre y se comprueba que la competencia ha brindado ese material, el malestar y desasosiego son muy intensos en toda la estructura periodística: frustración en el equipo reporteril que hizo la nota y no la vio en el aire, y en la dirección del noticiero que privó a sus televidentes de esa valiosa información. Un noticiero jamás poseerá toda la información del día, y la competencia puede lograr notas exclusivas. Es una realidad que causa preocupación, pero no el sentimiento de culpa que se produce cuando no se da algo que se tenía y no se usó.

2. DETERMINACIÓN DEL CONTENIDO INFORMATIVO

A la calificación del material le sigue la *selección*, que es el momento en el que se decide qué material saldrá definitivamente al aire entre las notas consideradas utilizables.

En la *selección* también se decide qué noticias serán los avances o titulares de apertura, y cuáles las motivaciones o avances antes de los comerciales.

Los *titulares* o *avances de inicio del programa* no deben ser más de seis, en principio. Deben buscar un afán promotor y «vendedor» del interés del noticiero. En tanto constituyen el anuncio espectacular de lo más atractivo del programa, deben dar importancia muy especial al impacto visual.

En un titular de un noticiero se deben considerar los siguientes elementos:

- a) imágenes impactantes
- b) locución *en off* precisa y contundente
- c) lemas visuales ingeniosos
- d) efectos tecnológicos imaginativos
- e) musicalización impresionante.

Los *avances antes de comerciales* o *motivaciones* persiguen, sobre todo, mantener la expectativa del televidente por la continuación del noticiero luego de la temida y alejadora tanda comercial. Su razón de ser es muy importante y debe exigir la mayor de las preocupaciones. Su número es variable. Lo más común es que sean dos motivaciones antes de comerciales. Su realización emplea prácticamente todos los elementos utilizados por los titulares, aunque con diseños de producción característicos de este momento del noticiero.

LECCIÓN Nº 2

EDICIÓN DE IMÁGENES Y AUDIOS

Objetivo

Conocer los principios periodísticos y técnicos que se aplican en la edición de imágenes y sonidos.

1. COMO UN TRABAJO DE ORFEBRERÍA

La edición de las imágenes constituye una de las tareas más delicadas de un noticiero. Y la labor de los editores se asemeja a la de un experto orfebre que recibe un diamante en bruto y debe, a través del corte, pulido y montaje, convertirlo en una costosa piedra preciosa. De igual manera, una grabación es una desordenada mezcla de tomas individuales. Como el diamante, debe ser cortada, pulida y editada. Tanto el diamante como la grabación se enriquecen por lo que es removido. Lo que permanece narra la historia. Como en el diamante, las muchas facetas de la grabación no son aparentes hasta el corte final.

Solo una buena edición puede dar vida a una grabación. Las variadas tomas son únicamente muchas piezas individuales hasta que se las ensambla hábilmente para presentar una historia coherente.

Editar es eliminar lo flojo de la grabación mediante la remoción de toda secuencia superflua, como son los falsos comienzos, superimposiciones, entradas y salidas innecesarias, escenas extras, acciones duplicadas, malas tomas, filmaciones desiguales, interrupción de movimientos, saltos. Lo que quede debe ser entrelazado en una continuidad narrativa para presentar el suceso de una manera que capture el interés de los televidentes y sostenga la atención desde las primeras imágenes hasta la desaparición de la última.

El editor debe esforzarse por impartir variedad visual a la grabación por medio de una hábil selección de tomas, distribución y ritmo. Él recrea, antes que reproduce, los sucesos grabados para alcanzar un acumulado efecto a menudo más impactante que todas las acciones registradas en las escenas individuales juntas. Es responsabilidad del editor utilizar lo mejor posible el material disponible de una manera muy creativa. A menudo, un buen editor de imágenes puede convertir una grabación en algo muy superior al original o máster.

Solo después de una cuidadosa consideración de la combinación de tomas posibles y los efectos deseados, el editor procede al ensamblaje de las escenas.

Además de a lo visual, el editor debe prestar preferente atención al otro importante componente del lenguaje televisivo: el sonido. En especial, al sonido directo o ambiental. Muchas secuencias ganan enormemente en impacto por el uso inteligente y periodístico del sonido propio de las imágenes; tanto que muchas veces sobran las palabras.

La dimensión sonora de las grabaciones aumenta notablemente el efecto visual de las imágenes. Prestarle la debida preocupación es obligación muy importante del editor.

2. CLASIFICACIONES EN EDICIÓN

Hay dos tipos de edición: 1) de *continuidad*, sobre la base de un libreto-guion; y 2) de *compilación*, típica de las ediciones noticiosas ya que las imágenes se graban sin un orden prefijado por un guion para posteriormente ser seleccionadas para ilustrar una narración.

2.1. Sistemas

En la actualidad se pueden emplear dos sistemas de edición: a) el *lineal*, que puede ser analógico o normal y digital; y b) el *no lineal*, que utiliza computadoras.

2.2. Formas

Hay dos formas de edición: a) por *corte* (se unen las secuencias de la nota como si se «pegaran»; b) por *efectos* (se emplean los recursos que proporciona un *switcher*). En un noticiero, por la rapidez del

trabajo y la naturaleza sencilla y directa de las imágenes, se emplea fundamentalmente la edición por corte.

2.3. Procedimientos

También hay dos procedimientos o modalidades de edición: a) por *assemble* o *ensamblaje* (las señales de video y audio se graban juntas cuando se editan imágenes). En el primer uso de un casete nuevo se graba una señal de referencia o sincronismo de video; b) por *insert* o *inserción*. Se puede grabar por separado señales de video o audio sin alterar el impulso del sincronismo. Es el procedimiento más utilizado por los editores debido a sus múltiples ventajas. Como los casetes utilizados en la enseñanza tienen una señal de video y dos canales de audio, las combinaciones que se pueden hacer por el procedimiento de inserción son las siguientes:

- Solo video (respeta los canales de audio).
- Solo audio 1 (respeta el video y el canal 2).
- Solo audio 2 (respeta el video y el canal 1).
- Video y audio 1 (respeta el canal 2).
- Video y audio 2 (respeta el canal 1).
- Video y audio 1 y audio 2 (modifica todo).
- Audio 1 y audio 2 (respeta el video).

3. ISLAS DE EDICIÓN

La edición se realiza en las denominadas «islas de edición». En el sistema lineal, todavía el más empleado, las «islas» están compuestas básicamente por caseteras o magnetoscopios. Las «islas» completas o de posproducción cuentan con los siguientes equipos:

1. Player o reproductora: pueden ser una o dos.
2. Recorder o grabadora: a este magnetoscopio también se le da el nombre de editora.
3. Control de edición: control remoto que permite operar, en forma simultánea, una *player* y una *record* o dos *players* y una *record*.
4. Monitores: dispositivos que convierten una señal de video en una señal electrónica. El monitor se asemeja a un televisor, pero solo recibe la señal de su respectiva casetera.
5. Switcher: se le conoce como generador de efectos de video. Con este equipo se pueden realizar mezclas de imágenes.

6. Consola de audio: equipo que sirve para modular, ecualizar y corregir los audios que se utilizarán en el momento de editar. La consola puede estar conectada no solo a los magnetoscopios, sino también a micrófonos, caseteras de audio y equipos de CD.
7. Generador de caracteres: equipo que permite poner créditos o letreros a las imágenes editadas.

Los formatos de casetes que más se utilizan en la enseñanza y el trabajo profesional son el VHS, el SVHS ($\frac{1}{2}$ pulgada), el Betacam (digital y analógico), el DVC (digital de $\frac{1}{4}$ pulgada). Últimamente han salido a la venta cámaras analógicas y digitales muy compactas que, sin duda, serán las más utilizadas, en especial para trabajos de estudiantes.

4. EXIGENCIAS PERIODÍSTICAS Y TÉCNICAS

La edición tiene que responder a exigencias periodísticas y técnicas:

4.1. Exigencias periodísticas

Las imágenes deben:

- Desarrollar el suceso. La narración no hará sino agregar elementos informativos.
- Responder a la intención periodística del noticiero; es decir, considerar los ángulos o detalles que se quieran destacar, de acuerdo con el criterio editorial del programa.
- Dar la debida importancia a las imágenes que complementen el interés de la nota (reacciones y actitudes de la gente ante un suceso).
- Cuidar en todo momento el principio básico de una edición: la narración debe tener su correspondencia con las imágenes.
- Respetar el orden cronológico en el caso de ceremonias, conferencias de prensa o discursos, para facilitar la operación de los editores.
- Evitar las imágenes y audios truculentos. Si acaso hay que utilizarlos, por necesidades informativas mínimas, no deben durar más de tres segundos.
- Utilizar secuencias con sonido ambiental pleno en notas que lo exijan.
- Evitar la larga exposición de una imagen, para lo que se deben insertar imágenes de acción.

- Sugerir la utilización de ayudas visuales como los infogramas, para una mejor comprensión y explicación del contenido informativo.
- Tener presente en todo momento la posibilidad de acudir a las imágenes de archivo, tanto para el contenido de una nota que no cuente con imágenes de actualidad como para lograr el mayor impacto de una nota que sí cuente con ellas.
- Acudir a los efectos del congelado y el *slow motion* o cámara lenta para destacar aspectos o detalles periodísticos.
- Cuidar, de preferencia, que los *stand ups* o aparición del reportero en cámara sean en las modalidades de «puente» o de despedida.

4.2. Exigencias técnicas

- Intentar en todo momento que la edición dé la impresión de suavidad, sin cortes bruscos de las secuencias, movimientos y declaraciones.
- Aplicar escenas de transición o de nexo en la selección de secuencias de una declaración o discurso para evitar el «salto de la imagen».
- Mantener en todo momento el desarrollo de un movimiento. Si dura mucho se debe acudir a las imágenes de transición o nexo para acortar el avance del desplazamiento. Esto último recibe el nombre de «elipsis».
- Respetar el eje de la acción. Si el camarógrafo no lo ha respetado, aplicar los recursos técnicos del caso (imágenes de transición).
- Tratar que una declaración no dé la impresión de haber sido abreviada o editada.
- Cuidar que las secuencias tengan una duración suficiente como para que se capten los detalles del video y, por otra parte, se puedan colocar las identificaciones del caso. Deben durar más de tres segundos.
- Aplicar las técnicas para la traducción de un idioma extranjero:
 - a) con sonido propio durante tres segundos y luego la traducción en otro canal de audio hasta tres segundos antes del final para que termine con su audio propio. Cuidar que el sexo de los traductores corresponda al de los personajes: si habla un hombre, la traducción tiene que ser hecha por una voz masculina; y si habla una mujer, por una voz femenina.
 - b) Si para la traducción se utiliza el generador de caracteres, para insertar como

créditos la traducción, el audio propio se debe escuchar en todo momento.

- Insertar en las entrevistas contraplanos del reportero. Permitirá abreviar la nota evitando los «saltos» de imagen, y se dará presencia al reportero.
- Cuidar que los comienzos y finales de las notas sean cuidadosos, sin imágenes o audios indebidos. Para ello, se debe editar por lo menos tres segundos de imágenes con sonido propio al inicio de la nota; y terminar con por lo menos tres segundos de imágenes no empleadas en la edición con sonido propio o sin sonido.
- Utilizar el sonido ambiental permanentemente.
- Aplicar los dos recursos técnicos para el caso de los audios musicales (desfiles, especialmente): una banda sonora única; o audios diferentes con las respectivas disminuciones de volumen en cada cambio, o técnica de los «silencios» (bajar el volumen antes del empalme con la otra secuencia cuyo audio comenzará muy bajo para subir luego).
- Evitar las tomas panorámicas en función de relleno.
- Evitar, en lo posible, la repetición de planos en una nota.
- Considerar los centros de interés de las imágenes por su movimiento y mejor iluminación.
- Utilizar fundamentalmente la forma de edición por corte. Debe respetar las técnicas de *entrada*, *salida*, *acción* y *dirección de miradas y gestos*. Solo en casos justificados emplear el efecto de la disolvencia (esfumar una imagen para dar paso a otra). En ediciones periodísticas se considera inadecuada la utilización de otros efectos, salvo en ocasiones muy excepcionales, cuando se cuente con el tiempo necesario. (Recuérdese que en un noticiero el tiempo es muy apremiante.) Esos efectos pueden ser:
 - Wipe (pasar a otra imagen con un efecto).
 - Fade to black (ir a negro o fundido).
 - Frisado (congelado de la imagen).
 - Slow motion (movimientos lentos de la imagen).
 - Strobe (congelados instantáneos que ahorran cuadros).
 - Compresión (reducción del tamaño de la imagen).

4.3. Fichas

Al final del proceso de edición de cada nota se deben elaborar tres fichas:

- a) de *producción*, con los créditos que aparecerán en la pantalla y que deben ser cargados en el generador de caracteres. Los créditos pueden ser:
- Nombre y apellidos de los entrevistados o declarantes en la nota; y del reportero y el camarógrafo.
 - Cargos y funciones.
 - Lugares.
 - Vía especial empleada (microondas, satélite).
 - Oportunidad (esta mañana, esta tarde, esta noche, etcétera).
 - Refuerzo informativo (contenido básico y breve de la nota).
- b) de *dirección*, con la duración exacta de las imágenes y el «cue» de salida o final de la edición. Estas fichas son utilizadas primero por el director para «armar» el programa, y luego por el director de cámaras para las referencias necesarias cuando las notas salgan al aire.
- c) de *identificación* del casete que contiene la edición, con la duración de la nota.

Las tres fichas de cada nota deben tener el mismo *lema identificador*.

EJEMPLOS DE FICHAS

Identificación

Terremoto

1' 30"

Comienzo:
«Vista panorámica del lugar»

Producción

Terremoto

Tarata

Esta mañana

Informa:

Julián Matos

Imágenes:

Roberto Milla

Raúl Huamán

Damnificado

Ruinas y desesperación

Dirección

Terremoto

1' 30"

Salida:
«La reconstrucción
demandará mucho tiempo»

DIRECTIVAS PARA LOS EDITORES

- En lo posible, hay que utilizar imágenes de excelente calidad técnica. Solo se exceptúa esta norma cuando imágenes sin la mejor calidad muestren un contenido periodístico realmente valioso.
- Todas las imágenes deben corresponder a la narración.
- No se debe repetir planos en una misma nota, salvo que se trate de acontecimientos de tal magnitud que la reiteración de las imágenes sea necesaria o justificable para captar mejor los detalles del suceso.
- No debe utilizarse imágenes panorámicas como relleno en las notas.
- Las imágenes de archivo, en situación de referencia histórica, deben señalarse como tales.
- Acudir a las imágenes de archivo para dar mayor dinamismo e impacto al informe, ya sea para evitar la larga exposición de rostros o para recordar imágenes relacionadas con las novedades informativas de los mismos casos.
- Utilizar solo ediciones por cortes y, cuando sea justificado, por disolvencias.
- Evitar las imágenes y los audios que resulten desagradables o grotescos. En todo caso, si son estrictamente indispensables dentro de la nota, no deben superar los tres segundos.
- Emplear siempre el sonido ambiental, que debe escucharse bien sin ahogar la narración del reportero.
- Utilizar el sonido y el silencio. No es necesario, ni mucho menos, llenar cada segundo con la narración. Hay que dejar que, en lo posible, el sonido y el video hablen por sí solos. La mejor nota televisiva es la que informa con imágenes y sonido, sin recurrir casi a la narración.
- El audio debe grabarse en canales por separado. El sonido ambiental debe grabarse en el canal 1 y la narración en el canal 2. El ajuste de los niveles debe hacerse de tal manera que la mezcla resulte técnicamente perfecta.
- Se debe evitar que cualquier ruido interfiera con el audio.
- Los reportajes y documentales podrán musicalizarse, no así los informes noticiosos, que son breves y de edición urgente.
- En la edición de las entrevistas o encuestas callejeras, tener cuidado de que los entrevistados aparezcan en un plano medio o en un primer plano y de que el reportero no aparezca en cámara, salvo en un contraplano o cut away o cuando, excepcionalmente, formula una pregunta al entrevistado. Las declaraciones de los entrevistados deben ser breves y concretas.
- Las notas deben comenzar con dos o tres segundos de sonido ambiental. Y si no hay una despedida del reportero, deben terminar igualmente con dos o tres segundos de imágenes de protección para dar tiempo a que el director de cámara no sea sorprendido por «un negro» o «barras».

DIRECTIVAS PARA LOS EDITORES (CONTINUACIÓN)

- Una nota no debe terminar jamás con una entrevista, salvo que sea su único contenido.
- Dar la debida importancia a las imágenes que complementen el interés de la nota (reacciones y actitudes de la gente ante un suceso).
- Acudir a los efectos del congelado y el slow motion o cámara lenta para destacar aspectos o detalles periodísticos.
- Aplicar escenas de transición o de corte en la selección de secuencias de una declaración o discurso para evitar el «salto de la imagen».
- Mantener en todo momento el desarrollo de un movimiento. Si dura mucho se debe acudir a las imágenes de transición o nexos para lograr una «elipsis» y acortar la duración del desplazamiento.
- Respetar el eje de la acción. Si el camarógrafo no lo ha respetado, aplicar los recursos técnicos del caso (imágenes de transición).
- Cuidar que las secuencias tengan una duración suficiente como para que se capten los detalles del video, y, por otra parte, se puedan colocar las identificaciones del caso. Deben durar más de tres segundos.
- Aplicar las técnicas para la traducción de un idioma extranjero: a) con traducción sonora superpuesta; b) con la traducción escrita con créditos.
- Aplicar los dos recursos técnicos para el caso de los audios musicales (desfiles, especialmente): una banda sonora única; o audios diferentes con las respectivas disminuciones de volumen en cada cambio, o técnica de los «silencios».
- Hacer las fichas de identificación, producción y dirección al finalizar la edición de cada nota.

LECCIÓN Nº 3

REDACCIÓN DEL LIBRETO DEL PROGRAMA

Objetivo

Aprender las características de la redacción especializada de los textos del noticiero.

1. ESTILO Y NORMAS DIFERENTES

La *redacción de los textos del libreto* es una labor especializada y distinta de la redacción del periodismo escrito, ya que los textos tienen que responder a dos características fundamentales:

- a) deben ser elaborados para ser leídos en voz alta; y,
- b) deben ser suficientemente claros y precisos para ser captados por el televidente en primera lectura.

Por lo tanto, los textos deben sujetarse a las siguientes normas de estilo:

- Deben usar palabras comunes y familiares.
- Las oraciones y párrafos deben ser cortos y de construcción sencilla.
- Deben evitar la exagerada adjetivación.
- Deben emplear un lenguaje vigoroso con voz activa en lugar de pasiva y, siempre que se pueda, sentencias positivas.
- Deben aplicar un estilo conversado e informal («No lo escriba, dígalos»).
- Deben sonar naturales al oído y ser fáciles de leer en voz alta, sin que el narrador tenga problemas de pronunciación y de respiración.

- Se recomienda oraciones con una extensión de veinte a 25 palabras, con un pensamiento por oración. En todo caso, aplicar la fórmula $S-P = < 25$, para cada oración (sílabas menos palabras igual o menor a 25).

1.1. Exigencias especiales

La redacción televisiva tiene varias exigencias especiales. Aquí algunas de ellas:

- Acostumbrarse a redactar contra el tiempo.
- Redactar textos para duraciones precisas, sobre todo si son para imágenes.
- Evitar los detalles complicados o innecesarios.
- No hacer citas entrecomilladas, ya que el televidente no lee los textos.
- «Voltar» una información con el estilo del noticiero.
- Redondear cifras mayores con *aproximadamente*, *alrededor de*, *casi*, *más de*.
- Evitar la continua intercalación de tiempos verbales.
- Hacer las conversiones necesarias cuando se trate de monedas, distancias, pesos, etcétera, para el entendimiento de los televidentes (véase cuadro).
- Evitar las siglas. Dar los nombres completos, salvo que se trate de siglas muy difundidas y conocidas.
- Escribir para una audiencia masiva debe ser como escribir y hablar a una sola persona, y ayuda si esa persona es alguien que se conoce y agrada, y no el peor enemigo o el jefe.
- Considerar, en todo momento, que todo lo que se escriba en televisión tiene que estar en función de imágenes, sonidos y movimientos.
- No cometer vicios de redacción (véase relación).

DIRECTIVAS PARA LA REDACCIÓN TELEVISIVA

- Se debe usar palabras comunes y familiares que sean entendidas por todos los públicos y no causen problemas de pronunciación. Por lo tanto, evitar los términos rebuscados o muy técnicos.
- Las oraciones y párrafos deben ser cortos y de construcción sencilla y directa que suenen naturales al oído para permitir su fácil lectura a reporteros y narradores, sin problemas de respiración.
- Se debe evitar la exagerada adjetivación.
- Se debe emplear un lenguaje vigoroso con voz activa en lugar de pasiva y, siempre que se pueda, con sentencias positivas.
- Se debe aplicar un estilo conversado e informal («No lo escribas, dílo»; «Conversa con la computadora»).
- Se debe elaborar oraciones con una extensión de veinte a 25 palabras, con un pensamiento por oración. En todo caso, aplicar la fórmula $S-P = < 25$ para cada oración (sílabas menos palabras igual o menor a 25).
- Acostumbrarse a redactar contra el tiempo.
- Redactar textos para duraciones precisas.
- Evitar los detalles complicados o innecesarios. Igualmente, los eufemismos (*suicidarse* en lugar de *quitarse la vida*).
- No hacer citas entrecomilladas, ya que el televidente no lee los textos.
- Reescribir («voltear») las informaciones con el estilo del noticiero.
- Redondear cifras mayores con «alrededor», «casi», «más de», «aproximadamente».
- Evitar la continua intercalación de tiempos verbales.
- Hacer las conversiones necesarias cuando se trate de monedas, distancias, alturas, pesos, estaturas, temperaturas de uso en países que tienen otras nomenclaturas.
- Evitar las siglas. Dar los nombres completos, salvo que se trate de siglas muy difundidas y conocidas.
- Nunca se debe emplear términos como «nuestro país», «nuestra ciudad», «nuestros compatriotas», etcétera.
- Evitar los tratamientos honoríficos y los adjetivos al referirse a las personas (nada de «ilustrísimo», «digno representante»; a lo más, mencionar la profesión o cargo. A veces solo el nombre, cuando se trata de personas muy conocidas).
- No cometer vicios de redacción como barbarismos, solecismos, anfibologías, monotonías, redundancias, cacofonías o hiatos.
- Pensar que escribir para una audiencia masiva debe ser como escribir y hablar a una sola persona, y ayuda si esa persona es alguien que se conoce y agrada.
- Considerar en todo momento que todo lo que se escriba en televisión debe hacerse en función de imágenes, sonidos y movimientos.

2. FORMATOS DE REDACCIÓN TELEVISIVA

Los textos en la redacción televisiva responden a tres formatos:

2.1. Textos para noticias con imágenes

La redacción es para las presentaciones o «gorros» que leen los narradores y que no deben contener los elementos noticiosos del comienzo del informe del reportero. Tienen una duración limitada, según el estilo del programa. Su estructura ideal es la siguiente:

- Introducción motivadora (frase de impacto que adelante el contenido).
- Elementos básicos de la noticia (qué, quién, dónde, cuándo).
- Acreditaciones de los autores de la nota, en algunos casos.

2.2. Textos para noticias sin imagen o en cámara

Son leídos por los narradores ante las cámaras todo el tiempo. Deben tener:

- Una introducción motivadora.
- Un desarrollo que responda a todas las preguntas periodísticas básicas. No deben durar más de cuarenta segundos, en principio.

2.3. Textos para imágenes o guiones

El texto debe coincidir con el contenido visual, evitando las descripciones obvias o redundantes de lo que muestran las imágenes. Su duración es muy variable.

A continuación, ejemplos de estos tres formatos.

TEXTO PARA NOTICIAS CON IMÁGENES

Loc. en cam.: Esta madrugada, mientras usted dormía, se produjo un atentado contra la agencia del Banco Latino de Santa Anita. Es el tercer atentado contra el mismo local en menos de seis meses. Aquí el informe de Rubén Aguirre y Jorge Rojas.

Videocasete sonoro

TEXTO PARA NOTICIAS SIN IMAGEN

Loc. en cam.: Otro torneo continental en Lima. El Cuarto Panamericano de Billar a tres bandas se cumplirá del 23 al 29 de octubre. El certamen reunirá a los mejores billaristas de México, Colombia, Argentina, Ecuador, Chile y Perú, integrantes de la Confederación Panamericana de Billar.

TEXTO PARA IMÁGENES

Policías en posición	Loc en off: Doscientos policías llegaron al lugar, con órdenes terminantes de desalojar a los invasores.
Reunión con el juez	Pese a un diálogo inicial con las autoridades, los invasores se negaron a retirarse. Alegaron que el terreno no tenía dueño.
Enfrentamiento	Empleando piedras y palos, los invasores resistieron el desalojo, lo que obligó a la Policía a lanzar bombas lacrimógenas para dominar la situación.
Retiro de invasores	En menos de una hora, los invasores desalojaron el terreno invadido y se retiraron con sus esteras.

LECCIÓN N° 4

DISTRIBUCIÓN Y MODULACIÓN DE LAS NOTAS

Objetivo

Enterarse de los criterios para la elaboración del índice de edición.

1. MODULACIÓN DEL PROGRAMA

Es la distribución del material seleccionado y editado a lo largo de la duración del noticiero, buscando que el interés informativo sea más o menos uniforme. Esta fase de la elaboración de un noticiero es la más delicada y requiere de un especial talento y calificada experiencia profesional. Una modulación desacertada puede producir un noticiero discreto, aun cuando cuente con noticias de gran impacto.

La modulación se concreta en el llamado *Índice, Pauta o Menú del programa*, que fija el orden de difusión del material, su naturaleza y duración. Para ello se utilizan las fichas de *Dirección* con los lemas identificatorios de las ediciones de las notas, que deben ser los mismos que se utilizan para los textos. Por otra parte, esto convierte al Índice del programa en elemento indispensable de coordinación general para su armado. Es decir, para la respectiva numeración de los videos y textos, y también para el orden de salida al aire de las carillas cargadas a la computadora del teleprompter óptico y de las fichas de edición introducidas en el generador de caracteres.

La distribución del material se hace teniendo en cuenta las secciones del programa fijadas por las tandas de comerciales. Por lo general, un noticiero de una hora tiene cinco cortes comerciales y, por ende, seis secciones. En buena medida, el éxito del programa depende de que cada una de esas secciones tenga interés para el

televidente. Un verdadero desafío al ingenio y la creatividad del responsable del programa.

2. CRITERIOS PARA LA AGRUPACIÓN DE LAS NOTAS

Hay muchos criterios para modular un noticiero; tantos, que si se reúnen diez directores para armar un programa con las mismas noticias, habrá diez noticieros diferentes por su modulación. Todo dependerá, en gran medida, del sentido de la noticia, del concepto de espectáculo televisivo y del criterio de agrupación de las notas.

Como se ha señalado, existen dos criterios fundamentales para ofrecer la información en un noticiero. Estos son:

- a) El criterio por el origen geográfico de las notas. Se puede explicar indicando que con este criterio las noticias se agrupan en «cajones» como locales, nacionales, internacionales, principalmente. Y en ese orden se dan, sin tener en cuenta la posible vinculación informativa que pudieran tener las notas de los «cajones».
- b) El criterio del valor periodístico independiente de cada nota, sin importar su origen geográfico. Según este criterio, no hay ningún inconveniente para dar las noticias de cualquier lugar del mundo en cualquier momento del noticiero, sin más consideración que su interés informativo y el interés en general de todo el noticiero. *Este es el criterio dominante en casi todos los noticieros del mundo.*

Las secciones de un noticiero —es decir, el material noticioso que se da entre las tandas comerciales— pueden contener los siguientes elementos informativos:

- a) *Unidades informativas* (agrupación de noticias sobre un tema único que puede demandar una parte de una sección, una sección o más de una sección).
- b) *Notas independientes*, con imágenes o en cámara.
- c) *Bloques informativos* (nacionales e internacionales).
- d) *Espacios especializados* (deportes, espectáculos, economía, etc.).
- d) *Comentarios*.
- e) *Entrevistas* (en estudio o por enlace por microondas, fibra óptica o vía satélite).

A continuación se ofrece un breve esquema de composición de un noticiero y se reproduce un índice del noticiero *24 Horas* y los titulares o avances principales de esa edición.

ESQUEMA DE UN NOTICIERO CON UNA TANDA COMERCIAL

Titulares
1ª sección
Motivación (antes de comerciales)
2ª sección

ÍNDICE DEL PROGRAMA

-Panamericana Noticias-

Titular: Menú de 24 Horas

Usuario: Julio Estremadoyro Alegre

Fecha: 28/1/1997 Hora: 9:42 p.m.

N.º	Tema	Imagen	Tiempo	Acumulado
	Presentación	K set	2.00	2.00
1.	Motín Maranga	K set	6.00	8.00
2.	Palermo	K set	4.00	12.00
3.	Japón rehenes	K set	1.00	13.00
4.	Situación residencia	K set	1.30	14.30
5.	Bomberos	K set	1.30	16.00
6.	Informe noche	Microondas	3.00	19.00
7.	Comercial uno		3.00	22.00
8.	Tribunal Constitucional	K set	2.00	24.00
9.	Tarde Tribunal	K set	1.00	25.00
10.	Colombia matanza	K set	1.00	26.00
11.	Arequipa operativo	K set	1.30	27.30
12.	Piura damnificados	K set	1.00	28.30
13.	Caquetá	K set	1.30	30.00
14.	Comercial dos		3.00	33.00
15.	Negro Canebo	K set	1.30	34.30
16.	Miss Universo	K set	1.00	35.30
17.	Venta radar	K set	1.30	37.00
18.	Ecuador ministra	K set	1.00	38.00
19.	Comercial tres		3.00	41.00
20.	Albania	K set	1.00	42.00
21.	Piura protocolo	K set	1.30	43.30
22.	Cabello bebé	K set	1.00	44.30
23.	Rey Momo	K set	1.00	45.30
24.	Comercial cuatro		3.00	48.30
25.	Veco	Vivo	2.00	50.30
26.	Sport Boys	K set	1.00	51.30
27.	Copa Perú	K set	1.00	52.30
28.	Fútbol	K set	1.00	53.30
29.	Deportivas	K set	1.00	54.30
30.	Comercial cinco		3.00	57.30
31.	Bloque sat.	K set	1.00	58.30
32.	Notibrevés	K set	1.00	59.30
33.	Despedida	Texto	0.30	60.00

EJEMPLO DE TITULARES

(Titulares de la edición de 24 Horas correspondientes al índice dado)

Titular : Titulares

Usuario: Julio Estremadoyro Alegre

Fecha : 28/1/1997 **Hora:** 9:22 p.m.

Una vez más subieron a los techos y quemaron colchones

Motín de ocho horas
hicieron menores
internos de Maranga

Habrà una coordinación más estrecha con el Japón

Se reunió por
primera vez la
Comisión de Garantes

No se produjo ningún despliegue policial

Hoy hubo «guerra»
de cánticos y marchas
en la residencia

Sentencia fue apelada en Luriganchó

A solo cuatro años
condenaron al
temible «Negro Canebo»

Siempre por falta de coordinaciones efectivas

Gigantesca congestión
originan obras en
trébol de Caquetá

Brasil se prepara para los carnavales

Gordos compitieron
por el título
de Rey Momo

LECCIÓN N° 5

LA NARRACIÓN DEL NOTICIERO

Objetivo

Conocer las exigencias y condiciones mínimas para la narración de un noticiero.

1. ASPECTO IMPORTANTE, PERO NO DECISIVO

La narración en un noticiero es un factor importante —aunque no decisivo— para el impacto del programa. Y esto se debe a que el televidente ve un noticiero sobre todo por su contenido informativo y, en menor medida, por quienes presentan las noticias.

Al respecto, hay quienes opinan —especialmente algunos propietarios de canales— que los narradores deciden la mayor o menor sintonía de un noticiero. En otras palabras, destacan la importancia decisiva de estos profesionales. Por lo tanto, esos propietarios pagan los mejores sueldos a los narradores, pese a que en muchos casos la participación de estos se reduce a una labor de cinco horas a la semana.

Hay que explicar que los narradores tienen tantas consideraciones especiales porque, se afirma, son la *cara*, la imagen del noticiero; el *talento*, como se llama en la televisión a las personas que aparecen en pantalla. De su expresividad y presencia en los pocos minutos que protagonizan el noticiero —dicen— dependen el interés y la aceptación del programa, para bien o para mal del informativo. Hubo el caso de un reconocido narrador que tuvo que ser retirado de un noticiero porque, según el dictador militar de turno, hacía gestos que no ocultaban su desagrado cuando leía informaciones referidas al gobierno.

Por otra parte, muchos televidentes atribuyen equivocadamente al narrador la autoría de los textos del programa. Desconocen que esa responsabilidad no les corresponde, ya que ellos se limitan casi siempre a leer presentaciones escritas por los redactores del noticiero.

La experiencia que el autor ha tenido en décadas de dirigir noticieros lo ha llevado al convencimiento de que los narradores no son tan decisivos como se cree. Son importantes, por cierto. Un noticiero necesita de narradores competitivos y que dominen su labor. Pero de ahí a la afirmación de que ellos son decisivos en la sintonía del programa, hay un gran trecho.

Hubo muchas experiencias en las que, por ejemplo, al irse de vacaciones los narradores titulares, los reemplazantes —de menor jerarquía y prestigio profesionales— lograron un apreciable aumento de la sintonía del noticiero. La razón: en el lapso de las vacaciones acontecieron sucesos de notable impacto y trascendencia. Conclusión: el público sintoniza un noticiero para enterarse de qué es lo que pasa en su país y el mundo y no para contemplar y escuchar a los narradores, por más prestigiosos y famosos que fueren.

Un noticiero discreto y poco competitivo con excelentes narradores no obtendrá nunca elevados índices de aceptación. Por el contrario, un noticiero con un desarrollo informativo muy bueno pero con narradores discretos, solo cumplidores, tendrá una sintonía muy apreciable. Desde luego, lo ideal sería un excelente noticiero con los mejores y más famosos narradores.

En Estados Unidos se denomina *anchorman* al conductor principal de un noticiero. A los narradores se les conoce como *newscaster* o *newsreader*. En España se les conoce como *presentadores*.

2. TRES CLASES DE EXIGENCIAS

Un narrador debe responder a *exigencias naturales* indispensables:

- Voz adecuada (grata al oído del televidente).
- Dicción perfecta (que se le entienda sin dificultad).
- Presencia telegénica (mostrar una imagen que caiga bien al público y que muestre gran expresividad).

Así como a *exigencias profesionales*:

- Dominio suficiente del lenguaje (saber hablar con propiedad).
- Facilidad de expresión para improvisar (necesaria para resolver bien muchos momentos inesperados en el programa).

- Modulación narrativa (tono, énfasis y ritmo adecuados para el contenido diferente de cada nota, que pueden ser serias, dramáticas, divertidas, etcétera).
- Vivencia del contenido informativo (un equilibrio emocional con el contenido del noticiero. Si una nota ha emocionado al televidente, el narrador debe mostrarse también emocionado).
- Capacidad para pronunciar términos extranjeros (un aspecto que diferencia mucho al narrador de jerarquía del resto).
- Cultura de actualidad (el narrador debe estar enterado de lo que sucede cada día).

Igualmente, debe respetar *exigencias formales*, como:

- Usar vestimentas de elegante sencillez con colores neutros y apropiadas para su labor.
- No lucir, en especial las mujeres, adornos (aretes, collares, sortijas, prendedores) que llamen la atención y sean factores de distracción.
- Someterse al maquillaje adecuado (necesario para destacar los detalles del rostro que pueden ser anulados por la fuerte iluminación del estudio. No se trata del maquillaje más intenso que se usa para los programas de entretenimiento).
- Presentarse siempre en condiciones adecuadas. Disculparse con la dirección del programa si su presencia ante cámaras puede exteriorizar un comportamiento anormal (muchas veces efecto de un trago de más o de una fuerte tensión emocional).

LECCIÓN N° 6

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA

Objetivo

Aprender a utilizar los distintos recursos de producción.

1. UN MAYOR IMPACTO VISUAL

Con los adelantos tecnológicos que cada año se vuelven más poderosos y sofisticados, ahora no se concibe un noticiero que no haga uso de ellos. El *empleo de los elementos de producción* busca una mayor espectacularidad de la imagen, un mejor impacto de la información y una comprensión más didáctica de las noticias.

Hay muchos elementos tecnológicos que se utilizan. Se pueden mencionar, entre otros, las computadoras de diseños gráficos, los generadores de caracteres, los generadores de efectos de imagen, el *chroma key* (recurso electrónico que permite la inserción de imágenes de fondo por una selección de un color clave), el *video wall* (fondo de monitores sincronizados electrónicamente) y las escenografías virtuales.

En realidad, no es difícil predecir que los noticieros serán cada día más espectaculares, vistosos e impactantes por su presentación en las pantallas. Pero, insistimos, siempre habrá algo esencial que no podrá suplantar o reemplazar ninguna tecnología: el contenido noticioso que solo pueden lograr los profesionales del periodismo televisivo.

En estas lecciones precisamos la labor de la producción en un noticiero. En televisión y en programas que no son los periodísticos, el alcance de la producción es más amplio y ambicioso. Va

desde la concepción y creación de un programa y su contenido hasta su total y completa estructura y realización. Pero, como lo hemos señalado en su momento, en el área periodística los que deciden son los directores de los programas. Los productores son colaboradores especializados de esos directores para lograr una presentación técnica y visualmente impactante del programa, con base en el contenido informativo decidido por la dirección periodística.

GLOSARIO

En televisión algunos términos se usan profesionalmente en inglés y mantienen su procedencia anglosajona.

Anchorman	Presentador «estrella», conductor principal de un noticiero. Denominación usada en los Estados Unidos.
Anfibología	Oraciones que pueden ocasionar dos interpretaciones o sentidos.
Assemble	Es la modalidad de edición en la que el audio y el video se graban juntos.
Avances	Breves secuencias de las notas principales de un noticiero. Pueden darse en microespacios, al comienzo del noticiero (<i>titulares</i>), y antes de los pases a comerciales (<i>motivaciones</i>). Deben tener un propósito promotor del contenido del programa.
Barbarismo	Empleo de frases o giros de otros idiomas traducidos literalmente.
Bloque	Agrupación de notas breves para ser dadas con una sola presentación. Son utilizados para ahorrar tiempo en los noticieros.
Cacofonía	Oraciones que muestran el encuentro o repetición muy cercanos de una misma sílaba.
Compilación	En edición se llama a la que se realiza mediante la selección de imágenes grabadas sin sujetarse a un guión. Es propia de la edición periodística.
Continuidad	En edición se llama así a la que se hace con base en secuencias captadas de acuerdo con un libreto-guión.
Chroma key	Recurso electrónico que permite la inserción de imágenes de fondo por la selección de un color clave.
Cultura de actualidad	Obligación del periodista de estar informado de lo que ocurre en el país y el mundo.
Cutaway	Una toma de un detalle que no corresponde a la acción principal que será insertada entre las tomas de esa acción principal, a menudo para evitar un salto de la imagen.
Diseñador gráfico	El que lleva a cabo la visualización de una idea.
Disolvencia	Gradual desaparición del final de una toma en el comienzo de la siguiente.
Edición no lineal	Edición digital que se realiza en el lenguaje informático de las computadoras. Las imágenes son digitalizadas y una interfase visual permite su edición.
Efectos	Sonidos grabados distintos de la música y la narración.

Equilibrio emocional	Cuando el narrador demuestra ante cámaras que participa de los contenidos emocionales de las notas.
Exteriores	Grabación hecha fuera de los estudios o de lugares cerrados. También se le denomina <i>en el campo</i> .
Fade to black	Ir a negro o fundido en una edición.
Fade-in	Gradual aparición de una toma de la oscuridad o negro.
Fade-out	Una toma que desaparece gradualmente en la completa oscuridad o negro.
Frame	Un cuadro de una grabación o película, que sirve para precisar el movimiento de la acción. En la televisión peruana treinta cuadros duran un segundo para un movimiento normal.
Frisado	Congelado de la imagen, como si fuera una fotografía.
Generador de caracteres	Sistema electrónico para producir títulos o créditos en una pantalla.
Generador de gráficos	El componente usado para crear gráficos computarizados.
Hiato	Oraciones que muestran el encuentro desagradable de dos o más vocales.
Inserción	Modalidad de edición mediante la cual se puede grabar independientemente las señales de video y audio. Es la modalidad más utilizada en la edición lineal.
Insertos	<i>Inserts</i> . Primeros planos a toda pantalla de cartas, telegramas, fotografías, periódicos, señales, carteles u otro material escrito o impreso.
Isla de edición	Se llama así al recinto en el que se encuentran los equipos necesarios para editar los videos.
Jump Cut	Corte que rompe la continuidad por omitir un intervalo de tiempo, ocasionando que las personas y los objetos aparezcan en diferentes posiciones en dos tomas seguidas. Se le conoce como <i>salto de imagen</i> , una falla técnica en la edición que debe evitarse con tomas de corte o contraplanos.
Lead	Texto de presentación o iniciación de una nota, con los datos fundamentales de la noticia y que es leída por el narrador. También se le conoce como el «gorro» o texto en cámara.
Lineal	Es el sistema de edición que utiliza magnetoscopios interconectados. Puede ser analógico o digital. Todavía es el sistema más utilizado para la rápida y apremiante edición en los noticieros.
Magnetoscopio	Comúnmente conocida como casetera o VCR, capaz de reproducir o grabar un video.

Modulación narrativa	Cuando el narrador otorga a su lectura el tono, énfasis y ritmo de acuerdo con el contenido del texto.
Modulación	Es la distribución de las informaciones de un noticiero u otros programas periodísticos que lo necesiten de tal manera que el espacio tenga a lo largo de toda su duración un interés permanente y parejo.
Montaje	Término usado en la cinematografía para indicar lo que ahora se conoce en la televisión como edición o posproducción.
Motivaciones	En un noticiero, los avances noticiosos antes de las tandas comerciales, cuya finalidad es destacar el interés por lo que sigue en el programa.
Mute	Sin sonido.
Newsreader/newscaster	Denominación de los narradores en Estados Unidos.
No lineal	Sistema digital de edición por computadora. Se utiliza para las ediciones que requieren un tratamiento sofisticado, con una demanda de tiempo considerable.
Picture in picture	Permite ver dos transmisiones al mismo tiempo a través de imágenes insertadas en la pantalla.
Play-back	Reproducción de un sonido grabado.
Sección	Segmento de un noticiero delimitado por dos cortes comerciales.
Selección	Ejercicio que consiste en destacar los detalles más noticiosos de un suceso.
Sentido de la noticia	La capacidad de un periodista para distinguir los diversos grados de interés de los sucesos.
Slow motion	Movimiento más lento que el normal originado por una grabación a mayor velocidad (más de treinta cuadros por segundo). Se le utiliza para apreciar con mayor nitidez una acción o secuencia.
Solecismo	Falta contra la concordancia o la debida unión de los complementos de una oración.
Sonido surround	Sonido envolvente.
Sot	Sonido grabado en videocinta.
Sound-bite	Segmento de audio específico de la edición, generalmente declaraciones e imágenes con sonido propio, directo o ambiental.
Strobe	Efecto que permite congelar cuadros consecutivos a lo largo de la edición.
Super	Palabras y números sobrepuestos en la imagen de la pantalla desde la cabina de control. Generalmente se emplean para identificar a declarantes y precisar diferentes detalles de las notas.

Switcher	El componente de video usado para seleccionar las cámaras de producción y fuentes de <i>video tape</i> . Puede ser usado también en trabajos de posproducción e incorporar tecnología computarizada.
Talkback	Intercomunicador. Pequeño auricular que permite mantener comunicado al narrador o conductor con la sala de control para las coordinaciones que sean necesarias.
Tru surround	Toma la señal de audio de canales múltiples y la mezcla en dos canales.
Two shot	Un plano medio que muestra dos personas. Es el legítimo <i>plano americano</i> . Se lo utiliza en los noticieros para presentar a dos narradores o en las entrevistas.
Unidad informativa	Agrupación en un noticiero de notas referidas a un mismo tema o suceso.
VCR	<i>Video Cassette Recorder</i> . Grabadora de cinta de video. Equipo que contiene el mecanismo para grabar sonido e imagen.
Videotape	Cinta magnética de diferentes anchos que permite la grabación de imágenes y audio. Se le conoce también como <i>casete o video</i> .
Video wall	Fondo de monitores sincronizados electrónicamente.
Voice over	Voz sobrepuesta. Audio con la narración de una noticia insertada en un canal de audio en las imágenes editadas que se transmiten al aire. La narración puede estar grabada o incorporarse en vivo durante la transmisión.
Wipe	Transiciones de una toma a otra en las cuales aparece un efecto en la pantalla que desplaza a la primera toma y da paso a la segunda.

CUESTIONARIO DE REVISIÓN

1. Explique en qué consiste la *calificación* en un noticiero.
2. Mencione las tres finalidades que se cumplen en la *selección* del material informativo.
3. ¿Por qué se dice que la edición de las imágenes constituye una de las tareas más delicadas de un noticiero?
4. Haga un cuadro con los distintos conceptos sobre los aspectos tecnológicos de la edición, mencionando los tipos, los sistemas, las formas y los procedimientos de edición.
5. Precise cuáles son los elementos de una *isla de edición lineal* equipada para labores de posproducción.
6. Mencione cinco de las principales exigencias periodísticas y técnicas que rigen en la labor de edición.
7. Al término de toda edición se elaboran tres fichas. Precise para qué se utilizan.
8. Mencione las dos características fundamentales de los textos televisivos.
9. ¿Qué significa la fórmula $S-P = < 25$ y para qué se aplica?
10. Reescriba el texto siguiente haciendo las conversiones necesarias para el entendimiento del televidente peruano:

Aviones norteamericanos volaron 5.400 millas para atacar bases enemigas. A 10.750 pies de altura lanzaron bombas de 780 libras que provocaron ondas de calor de 3.450 grados Fahrenheit. Luego del ataque se retiraron a una velocidad de 1.100 millas por hora. Toda la operación representó un gasto de 50 millones de euros.

11. Hay tres formatos para la redacción de textos en televisión. Redacte un ejemplo de cada uno.
12. Explique por qué el *Índice del noticiero* es el documento principal de coordinación del programa.
13. Indique cuáles son los elementos informativos que puede contener la sección de un noticiero.
14. Explique por qué un narrador es un factor importante pero no decisivo en el éxito de un noticiero.
15. Refiérase a las exigencias naturales, profesionales y formales solicitadas a un narrador.
16. Explique para qué se utilizan los recursos de producción en un noticiero.

**SÉPTIMA UNIDAD
DE APRENDIZAJE**

OTROS
PROGRAMAS
PERIODÍSTICOS

Objetivo

Conocer los programas periodísticos televisivos diferentes del noticiero, y los diferentes procedimientos para su elaboración.

Sumario

Lección N° 1: Definición y características principales

Lección N° 2: Los programas posproducidos

Lección N° 3: Los programas de conversación

LECCIÓN Nº 1

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

Objetivo

Comprender el significado, la naturaleza y las características de los diversos programas periodísticos televisivos.

1. DEFINICIÓN DE PROGRAMAS PERIODÍSTICOS

En la televisión hay una gran variedad de espacios que, sea total o parcialmente, corresponden a la gestión de las áreas periodísticas de los canales.

A diferencia de los noticieros, que tienen por lo general formatos o diseños muy homogéneos, estos programas muestran una gran diversidad y complejidades singulares y variadas. Son los llamados programas periodísticos.

Los programas periodísticos —que no son los noticieros— son espacios televisivos de duración variable, periodicidad diversa y formatos distintos, que persiguen investigar y profundizar hechos, interpretar acontecimientos, debatir cuestiones, revelar casos inéditos, conocer mejor a personas y lugares, hacer denuncias, recrear sucesos y personajes con propósitos informativos o de entretenimiento.

2. DIFERENCIAS CON EL NOTICIERO

Las diferencias básicas entre los noticieros y los programas periodísticos específicos se pueden resumir así:

Noticieros	Programas periodísticos
Actualidad inmediata	Actualidad latente o inactualidad
Rapidez e inmediatez	Mediatez
Brevedad y concisión	Extensión e investigación
Obligatoriedad	Decisiones propias
Sentido de la noticia	Sentido del interés general

Estas diferencias precisan que mientras el noticiero juega con la actualidad inmediata, cubierta con la mayor rapidez, presentada lo más fáctica y concisa posible, y siempre sujeta al imperativo obligatorio de dar cuenta de los sucesos en acatamiento del sentido de la noticia, un programa periodístico juega con distintos matices de actualidad, tiene tiempo para desarrollar sus temas con extensión y profundidad, y su contenido depende de la decisión de quienes hacen el programa, regidos por el interés general de lo abordado.

Hay diversos criterios para clasificar a los programas periodísticos. Aquí proponemos el siguiente:

■ Programas posproducidos

- Actualidad semanal o latente: Revistas y magazines.
- Inactualidad: Documentales.
- Actualidad reconstruida o dramatizada: Repordramas y documentales.

■ Programas de conversación

- Talk-shows.
- Reality shows.
- Paneles.
- Debates.
- Entrevistas.

LECCIÓN Nº 2

LOS PROGRAMAS POSPRODUCIDOS

Objetivo

Dominar los conceptos básicos y las técnicas de los programas posproducidos.

1. LA REVISTA Y EL MAGAZÍN

La revista es un programa que, por lo general, se emite semanalmente. Su característica fundamental es que juega con la actualidad del lapso de su emisión. Tiene una duración mayor que los noticieros.

Como programa periodístico tiene presente el sentido del interés general para abordar su contenido. Explota al máximo el valor de las imágenes y el sonido en una cuidadosa posproducción. Da una importancia muy significativa a las revelaciones y denuncias. Y tiene una preocupación permanente: producir emociones en los televidentes.

Salvo por la mayor extensión y profundidad de sus notas y su periodicidad, la elaboración de una revista sigue los mismos pasos y procedimientos que un noticiero. Es decir, calificación y selección del material, edición, redacción y modulación o distribución de las notas, considerando titulares y motivaciones.

Una revista cuenta casi siempre con un solo conductor, quien presenta las secuencias del programa y hace comentarios y entrevistas en vivo. Excepcionalmente presenta otro personal ante cámaras. Por lo tanto, el papel del conductor de una revista —muchas veces es el mismo director— es más protagónico que el de los narradores de los noticieros.

1.1. Contenido

El contenido de una revista es el siguiente:

- *Reportajes*. Ocupan el mayor tiempo del programa, llegando, en algunos casos, a ser el material único del espacio. Los reportajes son de la actualidad semanal y latente. Se encargan de profundizar y analizar hechos, hacer denuncias y revelaciones, y mostrar casos humanos y asuntos singulares y de interés.
- *Comentarios*. A cargo del mismo conductor o de comentaristas especializados.
- *Entrevistas*. Por lo común sobre temas de actualidad, para una mayor ampliación periodística. A cargo del mismo conductor; excepcionalmente confiadas a otro periodista.
- *Encuestas*. Elaboradas por empresas especializadas y, casi siempre, sobre temas de la actualidad política.
- *Campañas*. Realizadas para lograr conmover la solidaridad de los televidentes o para conseguir diversos propósitos (modificar medidas, corregir situaciones, lograr sanciones, etcétera).
- *Cartas*. Una secuencia del programa dedicada a divulgar las opiniones y reacciones del televidente, casi siempre sobre asuntos abordados por la revista.
- *Otros*. Entre ellos, los bloques de adelantos informativos y comentarios críticos de temas diversos.

1.2. El magazín

El magazín es un espacio que juega con una actualidad latente o inactual. Su desarrollo puede ser parecido al de una revista o tener distinto enfoque. Su periodicidad y duración pueden ser muy variables; desde emisiones diarias hasta periodicidades mayores. Pero, en todo caso, según el público latinoamericano, su propósito fundamental es interesar por la presentación de secuencias singulares o raras, ligeras y entretenidas.

Sin embargo, hay que precisar que en la televisión norteamericana se llama magazín a programas periodísticos semanales de muy seria y alta calidad profesional. Tanta, que uno de esos programas, *60 Minutos*, es considerado como uno de los mejores programas periodísticos del mundo.

Esto se debe a que esos espacios no se rigen por la actualidad semanal de las revistas, sino por una actualidad latente que, a veces,

es de semanas o meses, de acuerdo con la duración de sus investigaciones. Estas son tan cuidadosas que cuando llega el momento de exponer sus resultados en el correspondiente informe pueden originar verdaderos impactos en la opinión pública. Y si se trata de denuncias, ocasionar caídas de personajes o indemnizaciones millonarias para los afectados por una indebida actividad empresarial.

Hay consenso en que lo mejor del periodismo televisivo norteamericano está representado por estos programas llamados *magazines*. Esto se refleja en los altísimos haberes de los periodistas y en el prestigio y fama que alcanzan.

2. EL REPORTAJE Y EL DOCUMENTAL

Cuando nos referimos al reportaje o al documental como formatos televisivos estamos aludiendo, en ambos casos, a modos de tratamiento de la realidad, a narraciones audiovisuales que tienen como objeto dar cuenta de la realidad, si bien con actitudes e intereses diferentes.

El reportaje televisivo es una manifestación informativa que juega con una actualidad determinada o latente y no con la actualidad inmediata, propia de la información noticiosa. Su objeto o finalidad es dar cuenta de acontecimientos, hechos o sucesos desde una perspectiva que trasciende lo inmediato y que busca profundizar, interpretar, analizar y explicar esos acontecimientos. Por otra parte, mediante una investigación prolija intenta hacer revelaciones o denuncias que muchas veces tienen un gran impacto en la opinión pública. También es materia de un reportaje la divulgación de un mayor conocimiento sobre personas o lugares.

El término reportaje, aplicado en el ámbito de la producción televisiva, hace referencia, como se ha indicado, a todo aquello que no es un informe noticioso propiamente dicho. Pero siempre está ligado a una actualidad.

El reportaje puede adquirir una cierta autonomía en la programación. Así, hay programas, como se ha indicado, que están íntegramente compuestos por reportajes: en ocasiones un solo y largo reportaje o, en otras, varios reportajes que por lo general no deben durar menos de cinco minutos ni más de 15.

Los reportajes pueden clasificarse atendiendo a la materia y modos de información. Así, se tiene el reportaje de actualidad determinada (profundización noticiosa), el reportaje de actualidad latente

(de interés humano, de aventuras o viajes, turísticos), el reportaje de investigación (denuncias y revelaciones), el reportaje de compilación, archivo o documentación (semblanzas, divulgación cultural) y el reportaje testimonial (entrevistas, perfiles biográficos).

2.1. Elaboración

El éxito de un reportaje depende mucho de la selección del tema. Si se acierta en abordar un asunto de gran impacto se puede decir que ya se ha asegurado en medida apreciable el interés que pueda despertar un reportaje. En cambio, si no ha habido acierto el trabajo no causará mayor atracción, por más esfuerzo y calidad que se ponga en su realización.

La estructura de un reportaje debe considerar tres conceptos básicos en su dimensión periodística:

- El *principio*, es decir, un comienzo motivador que logre despertar desde los primeros instantes el interés del televidente, sea mediante un adelanto resumen de lo más impactante de su contenido, sea mediante un eficaz planteamiento justificatorio.
- El *desarrollo*, vale decir, el contenido mismo del reportaje, que debe transcurrir con un ritmo visual y sonoro dinámico, cuidando de apelar a todos los recursos de la narración televisiva.
- El *final*, o sea, el remate y despedida. Es otro de los aspectos de suma importancia, ya que produce la última impresión en el televidente. Muchas veces un reportaje acertado, con un buen desarrollo, pierde mucho impacto por no tener un final categórico y de gran pegada.

Los elementos informativos que pueden integrar un reportaje son:

- Las imágenes del hecho con su sonido ambiental.
- La narración en *off* del reportero.
- Las entrevistas o declaraciones.
- Las presencias en cámara (*on*) del reportero, también conocidas como *stand ups*.
- Imágenes y sonidos de archivo.
- La ambientación musical o secuencias musicalizadas.
- Imágenes fijas: fotografías, dibujos, caricaturas, infografías.
- Animaciones por computadora.
- Rótulos: créditos de personas, lugares, entre otros, y subtítulos en traducciones.

Las etapas que se consideran en la realización de un reportaje son tres:

- la preparación o preproducción;
- la grabación o producción; y
- la posproducción o edición.

Esta parte se desarrolla ampliamente al tratar el tema de los documentales.

2.2. El documental

El documental no juega con una actualidad determinada. Es elaborado para que tenga interés a lo largo del tiempo. Se trata de una categórica manifestación del periodismo inactual. Esto lo diferencia esencialmente del periodismo noticioso y, más concretamente, de un reportaje en su acepción más amplia, ya que este busca la información regida por una inquietud ligada a alguna actualidad.

En consecuencia, una de las grandes diferencias entre un documental y un noticiero o un programa periodístico informativo es la oportunidad de su emisión. Un reportaje tiene un lapso de actualidad, vencido el cual ya no será útil ni válido. Un documental no está sujeto a esa limitante temporalidad.

El documental es una visión de la realidad y del mundo que nos rodea. Muestra a la humanidad y a la naturaleza en todos sus modos. Es una contribución del periodismo a la educación y la cultura. Uno de los logros de un documental es que educa o culturiza a través del entretenimiento.

Además del concepto de actualidad (actualidad determinada o latente del reportaje e inactualidad del documental), existen otros factores de diferenciación entre los dos subgéneros de la información televisiva. Así, el documental exige una duración mayor, una investigación más profunda y cuidadosa, mayor tiempo en el campo, un presupuesto más ambicioso y la más cuidadosa y elaborada posproducción.

El documental se aplica a muchos fines, como la enseñanza, la difusión, el entrenamiento, la ecología, el turismo, la divulgación (científica, tecnológica, literaria, cultural, histórica, institucional), el márketing.

COMPARACIÓN NOTICIA-REPORTAJE-DOCUMENTAL

Informe noticioso	Reportaje	Documental
Actualidad inmediata	Actualidad latente	Inactualidad
Urgencia y rapidez	Tiempo exigido	Todo el tiempo necesario
Sin mayor investigación	Investigación básica	Investigación exhaustiva
Brevedad	Mediana duración	Amplia duración
Costo elemental	Costo apreciable	Costo mayor
Pasible de imperfecciones	Perfección exigible	Perfección máxima
Producción mínima	Producción detallada	Gran producción

2.3. Fases en la realización de un reportaje y un documental

Con las diferencias indicadas, las fases en la elaboración de un reportaje y un documental son prácticamente las mismas. Y son las siguientes:

2.3.1. Preproducción o preparación

Comprende los siguientes pasos:

- a. Se concibe la idea o tema.
- b. Se prepara un tratamiento o historia del tema escrito en lenguaje general y sin ninguna jerga técnica (véase ejemplo).
 - b.1. Preguntas claves:
 - b.1.1. *Qué*: Aspectos y limitaciones del tema.
 - b.1.2. *Por qué*: El propósito del proyecto claramente definido.
 - b.1.3. *Quién*: El público al que estará dirigido.
 - b.2. Estilo de la realización:
 - b.2.1. Dialogado o narrado, o ambos.
 - b.2.2. Utilización de la música.
 - b.2.3. Presentación factual o dramatizada.
 - b.2.4. El modo: serio o ligero.
 - b.2.5. La duración.
 - b.3. Presentación del tratamiento:
 - b.3.1. Sonido e imagen descritos en párrafos alternados.
 - b.3.2. Video y audio en formatos de columnas.

- c. Discusión y desarrollo del tratamiento:
 - c.1. Se perfecciona el tratamiento inicial.
 - c.2. Se aprueba definitivamente los alcances del proyecto.
- d. Aprobación de un presupuesto:
 - d.1. Costo de medios técnicos y recursos humanos.
 - d.2. Valorización de los aspectos logísticos.
- e. Se realiza la investigación:
 - e.1. Debe ser sistemática y precisa.
 - e.2. Reunir toda la documentación escrita.
 - e.3. Conseguir material visual y audiovisual.
 - e.4. Establecer contactos y asesoramiento de expertos.
 - e.4.1. Realizar entrevistas previas.
 - e.4.2. Visitar escenarios o localidades.
 - e.4.3. Elaborar un plan para el trabajo de las cámaras.
- f. Se prepara un *script* técnico o de tomas (véase ejemplo):
 - f.1. Creación de un plan de acción para el trabajo del equipo:
 - f.1.1. Aspecto previsible y bajo control.
 - f.1.2. Aspecto por determinarse en el terreno de los hechos.
 - f.2. Consideración de todos los detalles para el video:
 - f.2.1. Número de la toma.
 - f.2.2. La localidad.
 - f.2.3. Exterior o interior.
 - f.2.4. Hora del día (alba, amanecer, crepúsculo, atardecer).
 - f.2.5. Área por ser captada por la cámara:
 - f.2.5.1. Amplias y abiertas.
 - f.2.5.2. Intermedias.
 - f.2.5.3. Cerradas.
 - f.2.5.4. Extremas o muy cerradas.
 - f.2.6. El nivel o ángulos de la cámara:
 - f.2.6.1. Tres cuartos.
 - f.2.6.2. Nivel del ojo.
 - f.2.6.3. Hacia arriba (nivel bajo).
 - f.2.6.4. Hacia abajo (nivel alto).
 - f.2.6.5. Doble ángulo.
 - f.2.6.6. Ángulo «holandés» (inclinado a un lado).
 - f.2.7. El objeto y la acción a desarrollarse.

- f.2.8. Movimientos de la cámara:
 - f.2.8.1. Horizontales (paneos).
 - f.2.8.2. Verticales (paneos).
 - f.2.8.3. Seguimientos (*travellings*).
 - f.2.9. Unión de tomas:
 - f.2.9.1. Corte o directa.
 - f.2.9.2. Disolvencia.
 - f.2.9.3. Oscurecimiento (*fade*).
 - f.2.9.4. Efectos (*wipe*).
 - f.3. Consideración de detalles para el audio:
 - f.3.1. Narración o diálogos.
 - f.3.2. Sonidos ambientales o naturales.
 - f.3.3. Sonidos a incorporarse (efectos y ruidos).
 - f.3.4. Musicalización.
 - g. Se establece un plan detallado de producción:
 - g.1. Determinación o contratación del personal.
 - g.2. Adjudicación de los equipos necesarios.
 - g.3. Reuniones de coordinación.
 - g.4. Fijación de una cronología.
 - g.5. Solución de los aspectos logísticos (pasajes, hoteles, viáticos, etcétera).
- 2.3.2. Producción o ejecución
- Comprende los siguientes aspectos:
- h. Inicio de la grabación:
 - h.1. Traslado a los lugares establecidos.
 - h.2. Registro de imágenes y sonido.
 - h.3. Recopilación de imágenes y sonidos adicionales.
 - i. Compra y copiado de materiales de archivo:
 - i.1. Búsqueda y selección.
 - i.2. Transferencia de formatos y copiados.
 - j. Realización del material visual complementario:
 - j.1. Creación del logo característico.
 - j.2. Elaboración de diseños (títulos, diagramas, animaciones, etcétera).

k. Solución al aspecto musical

- k.1. Creación o selección de la característica musical.
- k.2. Selección de otros detalles de la musicalización.

2.3.3. Posproducción o edición final

Comprende los siguientes pasos:

l. Visionado y pauteo de las imágenes:

- l.1. Utilización de formatos detallados.

m. Edición *off-line* o preedición:

- m.1. Sistema convencional.
- m.2. Sistema computarizado (Media-100, Avid, etcétera).

n. Redacción del guión definitivo (véase formato):

- n.1. Determinación de las secuencias.
- n.2. Redacción de los textos o narraciones.

o. Grabaciones de sonidos complementarios:

- o.1. Grabaciones de locuciones en *off*.
- o.2. Grabación de los efectos y música.

p. Edición final:

- p.1. Imágenes con sonido ambiental en el sistema lineal por corte o efectos.
- p.2. En el sistema no lineal o computarizado.
- p.3. Incorporación de narraciones.

q. Sonorización y ambientación musical:

- q.1. Efectos sonoros.
- q.2. Fondos musicales.

r. Incorporación de títulos.

2.4. Notas complementarias

- En la reunión de material escrito se debe acudir a libros, revistas, artículos diversos y hasta a folletos de propaganda.
- Si se trata de temas muy técnicos, los expertos deben escribir una descripción del proceso o sumario de su campo de acción.

- En todo reportaje o documental tienen una máxima importancia los conceptos de *principio*, *desarrollo* y *final* periodísticos. El comienzo debe ser muy motivador para capturar el interés y despertar la atención por lo que se abordará en el desarrollo del tema, que debe ser todo lo excitante que se pueda. El final debe causar un gran impacto con un aire de finalización y remate contundente.
- El reportero y el redactor deben aprender primero a pensar en términos de presentación visual dinámica. Es decir, siempre se debe «pensar en imágenes». La pregunta clave debe ser: ¿con cuánto éxito la secuencia captada o escrita puede ser transferida a la pantalla del televisor? ¿Cómo se verá la secuencia?
- Hay que recordar siempre la norma categórica de que los televidentes retienen y recuerdan más lo que ven que lo que oyen.
- Por lo general, la duración de un reportaje debe estar entre los cinco y 15 minutos. En el caso de los documentales, para ser considerados como tales la duración no debe ser menor de treinta minutos televisivos; es decir, incluidos los comerciales (en promedio unos 12 minutos en una hora).
- En el caso de los documentales, su desarrollo debe considerar actos o secciones entre 12 y 15 minutos para dar pase a comerciales. Cada interrupción debe lograr una especie de motivación o suspenso sobre la continuación del programa, luego de los comerciales.
- Siempre que sea necesario o se pueda, debe acudir a la recreación o representación para un mejor entendimiento de la historia.
- Se debe tener presente en todo momento que el reportero es alguien que se desempeña en nombre del público y actúa de intermediario. No debe ser la figura central, ni alguien que tendrá el mismo enfoque que la persona entrevistada, quien siempre debe ser el centro de la atención.
- Un documental verdadero y de categoría exige por lo general los siguientes tiempos:
 - *Investigación*: De tres a cuatro meses para conseguir y conocer todo el material escrito y audiovisual, para las entrevistas previas y consultas con los especialistas.
 - *Análisis de lo conseguido en la investigación y elaboración del script*: Un mes.
 - *Grabación del programa*: Un mes.
 - *Edición*: Dos meses.

En total, de seis a siete meses, según los más calificados documentalistas del mundo. En cambio, un buen reportaje se puede elaborar en semanas y hasta días.

- El éxito de un reportaje o de un documental se inicia en la selección y determinación del tema, asunto o historia que va a tratar. Siempre se debe respetar los factores del interés general para esa selección o determinación.

EJEMPLO DE TRATAMIENTO

Ruta permanente

Abrimos con una toma del paisaje del África Oriental, salvaje, áspero y sin un signo de presencia humana. Disolvemos a través de series de escenas introductorias, mostrando al África Oriental como fue, intocado por cualquier mano civilizada: llanuras vacías, anchos espacios de vegetación, el valle del Rift, las onduladas montañas y, luego, Uganda, verde y fértil.

El narrador comienza: «África Oriental a finales del siglo diecinueve. Una tierra sin historia. En estos vastos territorios, hoy fue lo mismo que ayer. Y ayer fue lo mismo como había sido por siglos. El tiempo permanece sin cambios». La narración continúa señalando que: «En aquellos días, lo que es conocido como Kenya estuvo escasamente poblada, región estéril, árida en el este, elevándose a una alta meseta, habitada por unas tribus nómadas. De hecho, la idea de que debía ser colonizada, poblada y cultivada no se le había ocurrido a nadie. La región era considerada solo como una ruta a Uganda, conocida por ser verde y fértil, una tierra con grandes potencialidades».

Entonces vemos, avanzando a través de la floresta, una columna de esclavos. Los esclavos, con sus cabezas humilladas por pesados cabestros de madera, tambaleantes, conducidos inmisericordemente por sus captores.

La narración se refiere a la mancha que significó la esclavitud en esta tierra: un azote condenado por la potencia europea, pero no suprimida de ninguna manera.

EJEMPLO DE SCRIPT

Toma	Video	Audio
32	<i>Exterior. Junto a un río cercano a una aldea africana (Mandinare); de día.</i> P.G. Una extensión del país con el río a la izquierda. Un africano, el jefe de la aldea, entra por la derecha del cuadro y camina a la izquierda. La cámara panea con él y se centra en un grupo de hombres que están aguardando junto al río.	Fade de música como fondo. (toma 32 y 33)
33	P.M. El líder del grupo saluda al jefe y se estrechan las manos.	
34	P.M. El jefe y el líder del grupo. El jefe apunta al otro lado del río hacia la tierra en la otra orilla y habla. <i>Disolvencia a</i>	Narrador: «Más allá del río está mi tierra», dijo el jefe. «Si ustedes vienen y trabajan allá deben hacerlo dura y rápidamente». (toma 34)
35	<i>Exterior. Un claro frente a la choza del jefe. Aldea Mandinare; de día.</i> P.G. El jefe está sentado en una vieja silla; alrededor de él, sentados sobre la tierra, están los ancianos de la aldea.	Unos días más tarde el proyecto avanzó. En una reunión con el Consejo de Ancianos, conocido como Kgotla, el jefe expuso los planes y solicitó la cooperación de todos los pobladores. (toma 35)

GUIÓN

Tema: Fecha:

Reportero: Camarógrafo:

Nº	Video	Audio	Tiempo
			05"
			10"
			15"
			20"
			25"
			30"
			35"
			40"
			45"
			50"
			55"
			60"

DOCUMENTAL SOBRE TERREMOTO DEL 70

Este guión es histórico en la televisión peruana. Se puede decir que fue el primero que se hizo para un documental de producción propia. Había ocurrido el terrible terremoto del 31 de mayo de 1970, con un balance final de 70 mil muertos y decenas de ciudades y pueblos destruidos. Había necesidad de conmover al mundo para recibir la ayuda que tanto se necesitaba. Entonces, en Panamericana se pensó en aprovechar la comunicación vía satélite, estrenada en el Perú un año antes, para mostrar al mayor número de países la magnitud de la hecatombe. Y se realizó este documental. En esa época se trabajaba fundamentalmente con películas. Ya se había inventado el videotape. Eran grandes cintas de más de seis centímetros de ancho, que se operaban en enormes reproductoras. Se trabajaba con cartones para los titulares y créditos, ya que no se contaba con computadoras. En este documental se emplearon, como apoyo, algunas secuencias en ese formato de videotape.

- | | | | |
|---|--|---|-------|
| 1 | <i>Film</i> negativo de niño entre escombros, alternando con <i>film</i> de escenas de destrucción | (Efecto con grabación de terremoto en Lima) | 55" |
| 2 | Presentación con cartón del nombre del programa: «Perú: Un trágico minuto». Sobreimposición de reloj con la hora del sismo | (Música: Sinfonía del Nuevo Mundo) | 5" |
| 3 | Ciudades destruidas | | 30" |
| 4 | Mapa de América del Sur con ubicación del Perú y Lima (cámara entra lentamente a Lima) | (Sube efecto sonoro)
Loc en off:
... América del Sur... Este es el Perú... Y esta, Lima, su capital. | 10" |
| 5 | Película de ciudad de Lima (positiva) | | 20" |
| 6 | Película de pánico en Lima (negativa) | En Lima, tres millones de personas fueron sacudidas por el pánico a las 3 y 25 de la tarde del domingo 31 de mayo... A esa hora la tierra tembló durante un minuto que pareció una eternidad. | 1'00" |
| 7 | Mapa del Perú con ubicación de Chimbote, Huaraz y Yungay | Sin embargo, el escenario de la tragedia se hallaba a más de 350 kilómetros... | |

8	Ciudades destruidas	Áncash, una extensa zona del país, tan grande como algunos países europeos, fue asolada por uno de los más grandes cataclismos que ha sufrido el mundo en el último decenio...	30"
9	<i>Slide</i> de Chimbote	En el puerto más grande de la tierra, Chimbote, la tranquilidad dominical fue violentamente interrumpida por el terremoto.	15"
10	Película negativa del reloj de la torre con la hora del desastre	(Efecto sonoro)	5"
11	Película de Chimbote en escombros	Chimbote... un minuto después... (Pausa). Pero esto no fue lo peor...	30"
12	Croquis del Callejón de Huaylas. <i>Videotape</i> del Callejón de Huaylas	Un paraíso enterrado entre cumbres nevadas, el Callejón de Huaylas, la Suiza peruana, atractivo de turistas y escaladores de montañas, iba a ser la zona más castigada por la hecatombe.	30"
13	<i>Videotape</i> de Huaraz de antes (Plaza de Armas y calles)	Huaraz, capital de Áncash, a 3.100 metros sobre el nivel del mar, ciudad pintoresca y luminosa, con gente amable que habita en viviendas sencillas pero hermosas, que vive de la agricultura y de la minería, ya conocía que el paraíso del Callejón de Huaylas guarda entre sus nieves un infierno.	1'00"
14	Reloj		5"
15	<i>Film</i> negativo de Huaraz destrozada. Duración: 30"	Huaraz... un minuto después... (Pausa). Pero esto tampoco fue lo peor.	30"
16	Aerofotografía de Yungay de antes (Plaza de Armas)	Esta es una vista aérea de Yungay, la más bella ciudad del Callejón de Huaylas, a 54 kilómetros de Huaraz, y a más de 2.500 metros sobre el nivel del mar.	22"
17	<i>Videotape</i> de Plaza de Armas de Yungay y ciudad	Desde la tranquila Plaza de Armas de Yungay se divisa –guardián y enemiga– la nevada mole bicéfala del Huascarán, cuya cumbre más alta se eleva sobre los 6.700 metros.	18"

18	Foto de laguna de Llanganuco	En las faldas del Huascarán se encuentra la laguna de Llanganuco como una esmeralda engastada en una escarpadísima pendiente.	1'02"
	Aerofotografía de Yungay de antes (señalar con punteros cementerio y estadio)	Pero volvamos a la aerofotografía de Yungay... Fíjense bien... Este es el cementerio circular, a un extremo de la ciudad... Y este es el estadio.	
	Aerofotografía de Yungay destrozada (señalar con puntero cementerio y centro del aluvión)	Yungay... un minuto después... (Pausa). Esto sí fue lo peor... Observen, este es el cementerio y aquí estaba el estadio... Toda la ciudad de Yungay ha quedado cubierta por un mar de fango y piedras ciclópeas... ¿Qué fue lo que ocurrió?... Una inmensa mole de nieve del Huascarán, por efectos del sismo, se precipitó por la quebrada... Una gigantesca lengua de barro y rocas borró del mapa a la bella ciudad.	
	Videotape y foto del cementerio	En la morada de los muertos, coronada por un Cristo blanco con los brazos extendidos, solo encontraron salvación 3 mil personas.	
19	Film reloj de la torre con la hora del desastre	Eran las 3 y 25 de la tarde... Fue el minuto más terrible del Perú.	5"
20	Película de muertos y heridos	30 mil muertos... 100 mil heridos... 500 mil personas aisladas... Hambre y desolación.	1"00"
21	Televisor con film del temblor en Lima (leer noticia de <i>El Panamericano</i> de ese domingo)	En Lima y en el mundo no se conoció de inmediato la magnitud de la tragedia.	
	Radio (leer noticia que dieron)	(Lectura de noticias de radio y TV por dos locutores)	
22	Caen diarios sobre una mesa lentamente; tomar titulares de todos los diarios del lunes	Al día siguiente, los diarios peruanos informaron así (lee titulares).	45"
23	Film negativo de postes caídos (Trujillo)	Los corresponsales de televisoras, diarios y radios en la zona de la tragedia no tenían medio de transmitir ninguna noticia. La energía eléctrica y los cables telefónicos quedaron inutilizados.	30"

24	<i>Film</i> negativo de carreteras con grandes grietas y piedrones	Las carreteras de acceso estaban bloqueadas por los derrumbes y las grietas.	30"
25	Aerofotografía de Caraz antes. Aerofotografía de Caraz después	Donde había aeropuertos, como este de Caraz próximo a Huaraz, también desaparecieron bajo la masa del alud o quedaron provisionalmente inutilizados. Ni por helicóptero podía llegarse a los lugares afectados por el sismo. Sus hélices levantaban tal polvareda que les impedían aterrizar.	40"
26	Presidente Velasco embarcándose en el BAP <i>Bolognesi</i>	Solo restaba la vía marítima... El jefe de Estado, general Juan Velasco Alvarado, varios ministros y personal de auxilio se embarcaron el lunes en una nave de la Armada con víveres, ropa y medicinas, para verificar personalmente los daños causados por el terremoto y tomar las primeras medidas de ayuda a los damnificados.	1'00"
27	Velasco en Chimbote	El Presidente y su comitiva desembarcaron en Chimbote.	1'00"
28	Chimbote destrozado	Entonces se supo lo ocurrido en Chimbote, que es lo que mostramos a ustedes en estas vistas (fondo musical adecuado).	2'00"
29	Diarios del martes caen sobre la mesa, lentamente. Tomar titulares. Duración: 25"	Habían pasado dos días desde aquel trágico minuto... Y la comunicación era mutua: 500 mil personas desamparadas en la zona del desastre y millones ignorando lo ocurrido (lee titulares).	25"
30	<i>Film</i> de Zimmermann ofreciendo conferencia de prensa. Imágenes de desastres	Ese mismo martes, el vocero del gobierno, Augusto Zimmermann, en conferencia de prensa, reveló que se calculaba en 30 mil el número de muertos... ¡Una de las más grandes tragedias sísmicas registradas en el mundo!	25"

31	Película de paracaidistas	La primera ayuda a la aislada Huaraz llegó desde el aire... Ocho toneladas de víveres y medicinas fueron lanzadas en paracaídas a esa y otras ciudades afectadas... Cuarenta paracaidistas del Ejército se lanzaron previamente... Quedó establecido un puente aéreo entre Chimbote y esas ciudades... Comenzó la evacuación de los heridos.	1'30"
32	Huaraz antes del sismo	Huaraz... Un minuto antes...	30"
33	Reloj	(Efecto musical)	30"
34	Película de Huaraz de Caycho	Llegar a Huaraz fue una verdadera proeza... Un reportero y camarógrafo, Juan Alberto Caycho, después de tres días de durísima y abnegada caminata, logró ser el primer periodista en llegar a esa ciudad. Y su lente mostró al Perú y al mundo el horror de aquel trágico minuto. (Fondo musical para la película) Áncash ha sido el departamento más castigado por los sismos en el Perú en los últimos treinta años. En 1940 Huaraz fue destruido por un aluvión. La parte nueva de la ciudad quedó convertida en un sepulcro... Piedras inmensas y fango se abatieron sobre hombres y casas... Ahora esas piedras quedan como monumentos a la catástrofe. Ni siquiera pudieron ser localizados los cimientos del flamante Hotel de Turistas. Años después, en el arqueológico distrito de Chavín de Huántar cayó otro alud... Las obras de ingeniería del Cañón del Pato, fuente de energía hidroeléctrica, quedaron seriamente comprometidas. En 1946, Conchucos, Sihuas y Quinchis quedaron en ruinas. Hace nueve años, del pintoresco pueblo de Ranrahíca solo quedó el nombre.	5'00"

35	Aerofotografía de Ranrahírca (antes) (Mostrar con puntero aluvión anterior y nueva ciudad)	Esta es Ranrahírca... En enero de 1962 un alud la aniquiló... Ocho años después, sus sobrevivientes habían conseguido levantar sus moradas sobre los escombros.	35"
36	Aerofotografía de Ranrahírca destrozada	Ranrahírca un minuto después... Nuevamente la nieve, el lodo y las rocas la sepultaron... Ranrahírca, una ciudad dos veces muerta (efecto musical).	40"
37	Film ayuda internacional	La ayuda internacional se dejó sentir de inmediato... Aviones, víveres, medicinas, aportes en efectivo y ayuda técnica comenzaron a manifestarse.	15"
38	Ayuda local, recolección, maratón	Reto de la adversidad, al temblor ciego y destructor de la tierra el hombre peruano ha respondido con un vigoroso estremecimiento de su sensibilidad social... Los poderosos y los humildes, hombres, mujeres y niños, todos, están librando una batalla contra el infortunio... Desgraciadamente, la dimensión catastrófica de lo ocurrido está todavía muy por encima de esa ayuda generosa.	1'00"
39	Film de gente cargando ataúd. Destrozos. Film entierro. Destrozos. Film velas en velorio. Destrozos. Film niño solitario en los escombros	Áncash... Destrucción y muerte. Huaraz... Destrucción y muerte. Yungay... Destrucción y muerte. Chimbote... Destrucción y muerte. Perú... Un trágico minuto.	2'00"
40	Film negativo de niño entre escombros (repetición secuencia número 1)	(Efecto con grabación de terremoto en Lima)	55"

3. EL REPORDRAMA Y EL DOCUDRAMA

Los programas de la realidad reconstruida responden a una tendencia de la televisión de nuestros días: apelar crecientemente a la realidad misma de los hechos y sucesos. Se diferencian de los noticieros y demás programas informativos en que no se limitan a lo que los reporteros puedan conseguir o cubrir en el terreno de los acontecimientos. Se trata de mostrar cómo ocurrieron realmente esos acontecimientos, mediante dos recursos: las propias imágenes de lo sucedido y las reconstrucciones o dramatizaciones de los hechos.

Se pueden considerar dos subgéneros: el *repordrama* y el *docudrama*.

3.1. El repordrama

La base de estos programas está en el logro indispensable de las secuencias de los sucesos en los precisos momentos en que estos ocurren. Por lo general son imágenes logradas por aficionados o por camarógrafos profesionales que acompañan a personal dedicado a labores diversas de servicios a la comunidad, tales como rescates, auxilios médicos, operativos policiales, etcétera.

Los programas se completan con los testimonios de los protagonistas de los hechos, quienes narran los momentos dramáticos que vivieron.

Como se entenderá, la producción de estos programas depende mucho de la colaboración de la gente y de las instituciones. Se puede mencionar como antecedentes remotos de estos programas a los basados en «cámaras indiscretas» y con fines básicos de entretenimiento.

En la actualidad la televisión transmite varios programas de este subgénero. Entre los más conocidos se hallan *Rescate 911*, *Videos hechos en casa*, *Policía de carreteras*, *Héroes verdaderos*, entre otros muchos.

3.2. El docudrama

Es el subgénero televisivo que combina lo periodístico con la reconstrucción actuada de los hechos. Es decir, es una dramatización de la realidad. Por lo tanto, para su realización acude a los medios y recursos propios de la producción televisiva de programas dramáticos.

Algunos autores lo han definido como una combinación singular de hechos y ficción que dramatiza eventos y personajes históricos de reciente memoria. Es la recreación televisiva basada en hechos y sucesos reales, aun cuando para ello descansa en actores, diálogos, sets y vestuarios. Su exactitud y alcance pueden variar ampliamente y están condicionados no solo por la intención sino también por factores tales como un presupuesto y un tiempo de producción.

En sus variadas manifestaciones, el docudrama requiere de investigadores periodísticos, de expertos realizadores de documentales y de guionistas imaginativos.

Los docudramas pueden agruparse en dos grandes categorías: biografías y entretenimiento, y reconstrucciones de investigaciones.

3.2.1. Biografías y entretenimiento

Se considera que el 90 por ciento de los docudramas que se hacen en el mundo pertenecen a esta categoría. El propósito que persiguen estos programas es obtener las más altas sintonías, para lo que le dan un gran énfasis a los valores del entretenimiento, sin rígidas ataduras con la verdad. En las grandes cadenas televisivas estas producciones se ponen bajo la supervisión de los departamentos de drama antes que de los de informaciones y documentales.

3.2.2. Reconstrucción de investigaciones

Es la categoría más premiada y característicamente periodística. A pesar de que emplea formas dramáticas, actores y diálogo, su fuerza motivadora descansa en la indesmayable tarea investigadora de un buen reportero. Su deseo es descubrir y revelar aspectos para el conocimiento público, y no simplemente pensando en obtener altos *ratings*. Su más ansiada meta es lograr un drama poderoso y apasionante que sea lo más respetuoso posible de la verdad de los hechos. Y esto es lo que le da al género su mejor valor y lo identifica plenamente, distanciándolo del formal drama de ficción.

Los principales pasos para realizar un docudrama son los siguientes:

- a) Concepción del tema (selección de una historia que pueda tener acogida).
- b) Investigación (muy parecida a la que se realiza para un documental).

- c) Determinación de los elementos dramáticos. Comprende los siguientes aspectos:
 - La historia.
 - El conflicto.
 - La estructura.
 - Los personajes.
- d) Elaboración de un tratamiento, que debe considerar lo siguiente:
 - Cómo se aborda la historia.
 - Cómo se comienza.
 - Cómo se logra un buen ritmo y desarrollo.
 - Cómo se termina.
- e) Redacción de los diálogos y la narración. Esta última se rige por las normas periodísticas establecidas. En cuanto a los diálogos, se deben escribir para obtener lo siguiente:
 - Dar información.
 - Avanzar la trama.
 - Revelar emociones y mostrar el carácter de las personas que hablan.
- f) Plasmación de un *script*. Comprende los siguientes aspectos:
 - [Relación de los personajes](#).
 - Introducción explicatoria escrita o narrada.
 - Indicación de detalles escénicos.
 - Descripción de los personajes y de la acción.
 - Introducción de los diálogos.
 - Precisión técnica del final de las escenas.
 - Dirección de las cámaras.

Todos los pasos principales detallados se realizan en la etapa que se conoce como la preproducción. Las siguientes etapas de producción y posproducción entran más en el dominio de la realización dramática que en la periodística. Por ejemplo, en la posproducción la edición es menos complicada debido a que es de continuidad, basada en un estricto guión o libreto con las escenas numeradas en las grabaciones.

LECCIÓN N° 3

LOS PROGRAMAS DE CONVERSACIÓN

Objetivo

Aprender los fundamentos de los programas de conversación y sus diferentes modalidades.

1. LA ATRACCIÓN ES LA PALABRA

Estos programas tienen su razón de ser en el diálogo permanente, la confesión de situaciones personales y el intercambio de pareceres y experiencias, así como en la fijación de posiciones en pugna. A diferencia de los programas posproducidos, su atractivo no reside en la acción y dinámica de las imágenes capturadas en el campo, sino en lo que se dice en el estudio. Es una manifestación del periodismo televisivo que tiene diferentes versiones y ha logrado una gran difusión por sus relativamente bajos costos y amplia y extendida aceptación de los televidentes.

Una característica muy propia reside en la importancia decisiva y casi irreemplazable de sus conductores. Es tal su magnitud que por lo general estos programas se denominan con una mención del nombre del conductor. Y hasta han desaparecido espacios cuando los conductores se han retirado, por ser plasmación de personalidades.

Sus principales subgéneros, como se detalla luego, son:

- Talk shows.
- Reality shows.
- Paneles.
- Debates.
- Entrevistas.

2. EL TALK SHOW

Programa que originó en Estados Unidos el género de la conversación en la televisión. Con una decidida y definitiva intención de divertir, el formato original y característico de la televisión norteamericana requiere de un conductor-estrella que se luce por múltiples facetas (maestro de ceremonias, contador de chistes, conversador ágil y divertido y, en ocasiones, actor gracioso).

Cuenta con una gran producción que convierte el programa en un espectáculo ambicioso y variado, cuya estructura básica gira en torno de las entrevistas a invitados, especialmente seleccionados para contribuir al desarrollo divertido del espacio.

El *talk show* necesita de la presencia de un público —que puede ser tan numeroso como para llenar un teatro o de unas pocas personas en el estudio— cuya tarea y misión principal es servir de coro receptivo de todas las ocurrencias del programa. En casi ningún momento tiene oportunidad de intervenir; solo le cabe celebrar con risas y aplausos lo que sucede.

El más famoso *talk show* del mundo, aunque no el originario de este tipo de programa, fue el de Johnny Carson. Reinó durante más de 25 años en la cadena NBC, hasta el retiro del gran conductor y comediante. En la actualidad hay decenas de programas destacados en el mundo. En Norteamérica gana ahora la mayor sintonía el espacio conducido por David Letterman, de la cadena CBS.

En la televisión peruana hubo algunos intentos para hacer este tipo de programa. Por ejemplo, el de Ricardo Belmont por Panamericana Televisión y el canal 11. El que sí tuvo éxito fue el de Jaime Bayly, aunque con una producción bastante modesta. Bayly ha sido una figura muy conocida internacionalmente, gracias, en primer lugar, a la Cadena SUR, que produjo el programa en Miami, y, luego, a su ingreso en la versión en español de cadenas norteamericanas.

3. EL REALITY SHOW

Es el programa de conversación que más difusión ha alcanzado en el mundo entero y el que despierta y provoca las mayores polémicas. Es uno de los espacios más socorridos en la programación de los canales, por su aceptación y relativamente bajo costo en comparación con lo que cuestan otros espacios. Si se tiene en cuenta el costo por cada punto de sintonía o *rating*, es el más eficiente y rendidor.

Se trata de espacios basados en la confesión de experiencias personales de determinados invitados sobre temas y asuntos de la realidad y la vida mismas. De ahí su carta de ciudadanía como programa tipo, que lo diferencia del *talk show*, con el que a veces se le confunde.

Se ha afirmado que no son los temas y los invitados los que hacen, en la mayoría de los casos, que estos programas sean criticables por su truculencia y sensacionalismo. Se sostiene que es el tratamiento inadecuado que se da a los temas y la explotación escandalosa de los testimonios lo que motiva los comentarios adversos.

La producción de estos programas requiere de lo siguiente:

- a. Un conductor de gran personalidad, autoridad y cultura, con muchos conocimientos periodísticos y psicológicos, capaz de llevar en orden y con agilidad el desarrollo del programa.
- b. Una cuidadosa selección de los invitados, columna vertebral de estos programas. Los invitados pueden ser: a) los *testimoniales*, es decir, los que van a narrar sus experiencias; y, b) los *especialistas*, generalmente médicos, psiquiatras o psicólogos, que se encargan de dar las explicaciones e interpretaciones científicas a lo que se dice y confiesa en el programa.
- c. Un equipo numeroso y competente de investigación, para profundizar los aspectos de los temas y determinar, ubicar y convencer a los participantes.
- d. Un público dispuesto a intervenir y opinar con gran entusiasmo en el desarrollo del espacio. En el *reality show* clásico las intervenciones del público son controladas por el micrófono único que tiene el conductor, para evitar situaciones caóticas o conflictivas entre público e invitados. Solo habla el que tiene acceso al micrófono del conductor.

Según los entendidos en la materia, esta singular manifestación televisiva se originó en Estados Unidos. Su creador fue Phil Donahue en 1967, con un programa sobre el ateísmo, en una pequeña televisora de Ohio. Donahue sigue al frente de su programa, después de tanto tiempo, debido a su aceptación y éxito. Este es un claro ejemplo de cómo con un tratamiento adecuado y alturado se pueden abordar los temas más delicados y controversiales. Lejos de provocar reacciones adversas, este programa recibe elogios y gana distinciones.

En el Perú, 1998 fue el año de la explosión de los *reality shows* —equivocadamente llamados por no pocos, como se ha indicado, *talk shows*—. Cinco de los principales canales los tuvieron en su programación, en algunos casos hasta por partida doble. Y esto no

debe llamar la atención, menos aún si se tiene en cuenta que lo mismo sucedía en muchos países. Es que, como se ha dicho, estos programas son muy socorridos por su sintonía y rendimiento económico para los canales. En la actualidad se practican nuevos formatos para estos programas.

DIFERENCIAS ENTRE EL TALK SHOW Y EL REALITY SHOW

Talk show	Reality show
<i>Objetivo</i> Divertir	<i>Objetivo</i> Tratar temas de la vida
<i>Conductor</i> Conversador con grandes condiciones histriónicas	<i>Conductor</i> Gran personalidad y cultura
<i>Invitados</i> Adecuados para la intención divertida del programa	<i>Invitados</i> – Testimoniales – Especialistas
<i>Público</i> Pasivo	<i>Público</i> Activo
<i>Producción</i> Ambiciosa y espectacular	<i>Producción</i> Intensa investigación

4. EL PANEL

Se trata de otro programa de conversación, cuyo propósito fundamental es el tratamiento de temas por conocedores o personas involucradas en ellos. Son espacios de realización muy seria y esclarecedora, además de muy temáticos.

Cuenta siempre con un conductor-moderador que debe tener mucho prestigio intelectual y periodístico y ser respetado durante el programa.

Los formatos pueden ser los siguientes:

- Conductor, invitados, panelistas permanentes.
- Conductor, panelistas invitados.
- Conductor, panelistas permanentes.
- Conductor, invitados, público participante que hace de gran panel.
- Conductores de posiciones opuestas, invitados de tendencias también opuestas.

Un programa bien producido debe tener la siguiente estructura:

- Motivación del tema (generalmente una introducción con imágenes adecuadas).
- Presentación de los invitados.
- Desarrollo de la conversación.
- Nuevas motivaciones, luego de las tandas comerciales.

En un programa de panel es muy importante la determinación del tema y, de acuerdo con esa decisión, conseguir a los invitados adecuados, quienes no solo deben ser conocedores o especialistas, sino también responder a exigencias televisivas mínimas (presencia, voz adecuada, facilidad de expresión).

5. LOS DEBATES

Programas no muy frecuentes que se realizan de manera excepcional, cuando el desarrollo de acontecimientos y situaciones lo justifica. Los más tradicionales son los debates entre candidatos presidenciales, en los que a veces se decide el resultado de las elecciones.

En estos espacios se requiere de lo siguiente:

- El acuerdo de las partes para el establecimiento de reglas de juego muy precisas y detalladas, para que el debate se desarrolle en igualdad de condiciones y exigencias para los participantes. Por ejemplo, temas por debatir, determinación de quién inicia y quién termina el debate, duración de las intervenciones, día, hora, lugar.
- Igualdad de detalles de producción televisiva para los polemistas (mismos elementos escenográficos, similar ubicación ante las cámaras, mismos planos, igual iluminación, maquillaje adecuado, etcétera).
- La designación de un moderador, aceptado por las partes, que sea imparcial y ponderado en la aplicación de las reglas establecidas.

Los debates televisivos pueden ser de tres clases:

- a) los *directos*, en los que los polemistas argumentan entre ellos, sin más intervención que la del moderador;
- b) los *indirectos*, en los que los participantes se confrontan respondiendo a las preguntas de panelistas (periodistas, especialistas y hasta el propio público);
- c) los *mixtos*, que son directos e indirectos en distintos momentos del debate.

DEBATE PRESIDENCIAL ENTRE ALEJANDRO TOLEDO Y ALAN GARCÍA

Estructura general

1. Inicio

- Presentación por el moderador, Guido Lombardi (2')
- Palabras del presidente de Transparencia, Salomón Lerner (1'30")

2. Primer bloque

Introducción sobre el tema de la democracia

- Exposición de Alejandro Toledo (3')
- Exposición de Alan García (3')

Comerciales

3. Segundo bloque

Tema: Política económica y empleo

- Exposición de Alan García (3')
- Exposición de Alejandro Toledo (3')
- Réplica de Alan García (2')
- Réplica de Alejandro Toledo (2')
- Dúplica de Alan García (1')
- Dúplica de Alejandro Toledo (1')
- Dos preguntas del padre Juan Julio Wicht (1')
- Respuesta de Alan García (2')
- Respuesta de Alejandro Toledo (2')

Comerciales

4. Tercer bloque

Tema: Política social y alivio de la pobreza

- Exposición de Alejandro Toledo (3')
- Exposición de Alan García (3')
- Réplica de Alejandro Toledo (2')
- Réplica de Alan García (2')
- Dúplica de Alejandro Toledo (1')
- Dúplica de Alan García (1')
- Dos preguntas de la periodista Zenaida Solís (1')
- Respuesta de Alejandro Toledo (2')
- Respuesta de Alan García (2')

Comerciales

5. Cuarto bloque

Tema: Derechos humanos, política anticorrupción y política antidrogas

- Exposición de Alan García (3')
- Exposición de Alejandro Toledo (3')
- Réplica de Alan García (2')
- Réplica de Alejandro Toledo (2')
- Dúplica de Alan García (1')
- Dúplica de Alejandro Toledo (1')
- Dos preguntas del periodista Juan de la Puente (1')
- Respuesta de Alan García (2')
- Respuesta de Alejandro Toledo (2')

Comerciales

6. Quinto bloque

Tema: Descentralización, gobiernos regionales y locales

- Exposición de Alejandro Toledo (3')
- Exposición de Alan García (3')
- Réplica de Alejandro Toledo (2')
- Réplica de Alan García (2')
- Dúplica de Alejandro Toledo (1')
- Dúplica de Alan García (1')
- Dos preguntas del periodista Juan Paredes Castro (1')
- Respuesta de Alejandro Toledo (2')
- Respuesta de Alan García (2')

Comerciales

7. Sexto bloque

El moderador anuncia el final del debate

- Exposición final de Alan García (3')
- Exposición final de Alejandro Toledo (3')
- El moderador da por concluida la reunión
- Apretón de manos y abrazo de ambos candidatos

El desarrollo y la estructura de un debate dependen de las reglas de juego aprobadas por los contendientes. Pueden tener diferentes versiones. En las páginas siguientes se apreciará la estructura de un debate presidencial. Fue la confrontación entre los candidatos Alejandro Toledo y Alan García antes de la segunda vuelta electoral de 2001.

6. LAS ENTREVISTAS

Cuando las entrevistas constituyen el contenido único de un espacio televisivo, entonces se puede hablar de otra variación de los programas de conversación.

En un programa de entrevistas no solo es importante la temática por tratar. También lo es la personalidad y prominencia periodística de los entrevistados.

Los formatos de estos programas son variados. Hay los que dedican todo el espacio a un solo entrevistado, y los que tienen varios invitados, que son entrevistados uno a uno. En cuanto a los entrevistadores, pueden ser uno o varios.

Estos programas tienen como propósito explicar o ahondar sucesos de la actualidad inmediata, divulgar conocimientos de interés general (científicos, culturales, etcétera) y mostrar aspectos humanos y singulares de los entrevistados (testimoniales).

Entre las normas que rigen estos programas se puede mencionar las siguientes:

- a. Los entrevistados deben poseer, en lo posible, condiciones televisivas mínimas.
- b. Los temas deben ser fundamentalmente informativos y reveladores. De preferencia relacionados con el acontecer diario. Es decir, jugar con la actualidad permanentemente.
- c. En caso de tener varios invitados, cada entrevista no debe superar las dos secuencias; es decir, veinte minutos, incluyendo comerciales. Excepcionalmente, cuando el interés del contenido y los personajes lo justifiquen, pueden merecer una secuencia más.
- d. Ningún entrevistado puede fijar condiciones al programa. En casos de conflicto, preferir la cancelación de la entrevista, por respeto a la jerarquía del espacio.
- e. Al asumir compromisos con los entrevistados, respetarlos y honrarlos. Jamás se debe dar la impresión de celadas o juegos sucios.

- f. Se debe permitir a los entrevistados expresar sus pensamientos completos. La agilidad de las entrevistas no debe estar en las interrupciones frecuentes, sino en las preguntas incisivas y oportunas en los momentos adecuados.
- g. Jamás se debe maltratar a un invitado, o dar esa impresión. Esto no quiere decir que el entrevistador se muestre blando o benévolo o sin ninguna agresividad periodística. Significa que se debe guardar las formas; es decir, no levantar la voz, mantener la calma y no perder el dominio de la situación.
- h. Considerar que el entrevistado —y no el entrevistador— es siempre la «estrella» de la secuencia. Es decir, jamás se debe producir la impresión de que el entrevistador habla más que el entrevistado.
- i. Tratar de que la entrevista se desarrolle en un nivel de entendimiento general para la teleaudiencia. No hay que suponer que los televidentes poseen conocimientos especializados.
- j. Como norma general, el entrevistador no se debe dirigir al entrevistado por su nombre de pila. Siempre parecerá vulgar o «confianzado».
- k. No perder la calma ni alterarse cuando el entrevistado quiera provocar una situación tirante o pretenda intimidar al entrevistador.
- l. Toda entrevista debe estar precedida de una motivación adecuada. O, en el mejor de los casos, de una información que presente bien el tema de la entrevista.

Para una mayor precisión y detalle de todo lo referente a los entrevistados y entrevistadores, considerando *Condiciones naturales*, *Aspectos comunicativos*, *Exigencias formales*, *Detalles técnicos* y *Lo que no debe hacer* se ofrece los textos enmarcados de las páginas siguientes.

ENTREVISTADOS

Condiciones naturales

- Presencia televisiva.
- Voz aceptable.
- Dicción entendible.

Aspectos comunicativos

- Tener algo que decir con conocimiento y dominio.
- Prepararse adecuadamente cuando haya tiempo; inclusive hacer ensayos.
- Saber responder con claridad, concisión y brevedad.
- Mostrarse relajado, seguro y sereno. No perder nunca los papeles.
- Estar dispuesto a responder a cualquier pregunta.
- Contestar con veracidad y sinceridad; si no sabe o no está enterado de algo, admitirlo.
- Lograr de buenas maneras que el entrevistador le permita abordar lo que tiene que decir.
- Estar prevenido contra cualquier insinuación para criticar o hablar de alguien no presente.

Exigencias formales

- Usar una vestimenta adecuada y apropiada para cada circunstancia.
- No lucir adornos o joyas brillantes y muy llamativas o exageradas.
- Salvo en las entrevistas reporteriles, lucir peinados y maquillaje sencillos.
- Presentarse en condiciones apropiadas.

Detalles técnicos

- Si se está ante una mesa o equivalente, sentarse ligeramente inclinado sobre la mesa, con los antebrazos encima y las manos juntas.
- Sentarse en un sillón o silla con las piernas cruzadas, los antebrazos apoyados en los muslos y las manos juntas.
- De estar parado, mantener los pies separados 20 cm, con una pierna levemente adelantada y los brazos extendidos junto al cuerpo o un brazo en ángulo de 90 grados.
- Evitar los gestos y movimientos exagerados con el rostro y las manos.
- Mantener siempre el contacto visual con el entrevistado.
- Nunca mirar directamente a la cámara, salvo en las entrevistas por enlace.
- Mantener el micrófono a unos 20 cm de distancia.

Lo que no debe hacer

- Imponer condiciones para la entrevista (cuestionario previo, selección del entrevistador, vetar participantes, garantía de tiempos mínimos, garantía para decir la «última palabra», elegir su ubicación).
- Lanzar amenazas.
- Evadir las preguntas, interrumpir, simular enfado.
- Retirarse.
- Quejarse del tratamiento.
- Reclamar una satisfacción.
- Pretender borrar la grabación o impedir su emisión.
- Amenazar con acciones legales.

ENTREVISTADORES

Condiciones naturales

- Gran personalidad televisiva.
- Voz radiofónica y dicción de alto nivel.
- Virtudes expresivas.

Aspectos comunicativos

- Saber escuchar y saber preguntar.
- Conocer bien la razón y el motivo de la entrevista.
- Dominar la temática de la entrevista.
- Conocer lo suficiente la personalidad y la trayectoria del entrevistado.

Exigencias profesionales

- Al preguntar, no incluir la respuesta.
- No formular nunca dos preguntas o más en la misma intervención.
- Las preguntas deben cumplir la llamada regla de las tres «C»: a) ser *claras*, no equívocas; b) ser *concisas*: que la pregunta sea breve y directa; c) ser *concretas*: que pregunten una sola cosa.
- Prever y planificar una estrategia de la entrevista con buenas cartas al principio, en medio y al final.
- Respetar las pausas y silencios del personaje.
- Hacer silencios y algunos movimientos corporales para provocar una respuesta.
- Mantener el mismo tono y la misma cordialidad al dirigirse al público, a los televidentes o al entrevistado.
- Mirar permanentemente al entrevistado.
- No tener las preguntas redactadas; es mejor anotar los temas en una hoja, para evitar la tentación de leerlas o memorizarlas, con los inconvenientes y riesgos del caso.
- Estar atento para improvisar preguntas que sean motivadas por las respuestas del entrevistado.
- Evitar las frases hechas a la hora de preguntar.
- No hacer preguntas que motiven respuestas con monosílabos.
- Al asumir compromisos con los entrevistados, respetarlos y honrarlos. Jamás se debe dar la impresión de celadas o juegos sucios.
- Se debe permitir a los entrevistados expresar sus pensamientos completos. La agilidad de las entrevistas no debe estar en las interrupciones frecuentes, sino en las preguntas incisivas y oportunas, en los momentos adecuados.
- Jamás se debe maltratar a un invitado o dar esa impresión. Esto no quiere decir que el entrevistador se muestre blando o benévolo o sin ninguna agresividad periodística. Significa que se debe guardar las formas; es decir, no levantar la voz, mantener la calma y no perder el dominio de la situación.
- Considerar que el entrevistado —y no el entrevistador— es la «estrella» de la secuencia. Es decir, jamás se debe producir la impresión de que el entrevistador habla más que el entrevistado.
- Tratar de que la entrevista se desarrolle en un nivel de entendimiento general para la teleaudiencia. No hay que suponer que los televidentes poseen conocimientos especializados.
- Como norma general, no se debe tutear ni dirigirse al entrevistado por su nombre, salvo contadísimas excepciones. Siempre parecerá vulgar o «confianzado».
- No perder la calma ni alterarse cuando el entrevistado quiera provocar una situación tirante o pretenda intimidar al entrevistador.

ENTREVISTADORES (CONTINUACIÓN)

Exigencias formales

- Vestir con elegante sencillez y colores neutros y discretos.
- No exhibir adornos ni detalles exagerados.
- Lucir peinados sencillos y maquillaje poco llamativo.
- Evitar apariciones cuando no se está en las mejores condiciones físicas y emotivas.

Detalles técnicos

- Intentar no mirar a la cámara.
- No mirar fuera de campo, ya que podría ser captado por alguna toma.
- Escuchar a la sala de control a través de los audífonos.
- Respetar los tiempos para los pases a comerciales.

Lo que no debe hacer

- Afirmaciones en forma de pregunta.
- Hablar al mismo tiempo que el entrevistado.
- Amenazar, intimidar o burlarse de un entrevistado.
- Favorecer a un entrevistado por amistad.
- Dar opiniones. Interesan las del entrevistado, no las del entrevistador.
- Secundar las respuestas con expresiones como «entiendo», «sí», ya que podrían convertirse en un hábito.
- En los planos de reacción, hacer gestos de asentimiento con el rostro.
- Cortar bruscamente al entrevistado alegando que ya no hay tiempo disponible.

GLOSARIO

En televisión algunos términos se usan profesionalmente en inglés y mantienen su procedencia anglosajona.

Docudrama	Programa basado en una rigurosa y profunda investigación periodística, generalmente de personas y sucesos del pasado reciente, que sirve de base a un guión que será dirigido, producido e interpretado por profesionales.
Magazín	Programa periodístico con notas inactuales o de actualidad latente, por lo general sobre temas ligeros y entretenidos.
Reality show	Programa que muestra la realidad misma a través de testimonios de panelistas-invitados. Se le confunde con el <i>talk show</i> .
Repordrama	Programa basado en videos de sucesos en el momento mismo de los hechos y que se desarrolla con los testimonios de los participantes en los sucesos.
Revista	Programa periodístico semanal con reportajes y entrevistas que profundizan los hechos principales ocurridos en ese lapso.
Script	Formato técnico de tomas que se elabora en la preproducción de un documental, luego de las investigaciones del caso.
Talk show	Programa generalmente espectacular que busca la diversión, tanto en sus entrevistas como en otras secuencias.

CUESTIONARIO DE REVISIÓN

1. Dé una definición de los programas periodísticos que no son noticieros.
2. Elabore un cuadro en el que se establezcan las diferencias que hay entre los noticieros y los programas periodísticos.
3. ¿Cuál es la clasificación de los programas periodísticos? Detállela.
4. Precise las características generales de una revista y su diferencia fundamental con un magazín.
5. ¿Cuál es el posible contenido periodístico de una revista?
6. ¿Cuáles son los propósitos fundamentales de los reportajes?
7. Describa lo que es un documental.
8. Haga un cuadro comparativo entre un reportaje y un documental.
9. La elaboración de reportajes y documentales se cumple siguiendo tres fases. Mencíonelas.
10. Defina los dos elementos informativos imprescindibles para la producción de repordramas.
11. Indique qué aporte periodístico requiere el docudrama en sus variadas manifestaciones.
12. Se afirma que la atracción en los programas de conversación es la palabra. Explíquelo.
13. ¿A qué se denomina *talk show* y cuáles son sus singulares características?
14. Se afirma que los *reality shows* son programas que motivan polémicas y discusiones. Aborde el tema.
15. Haga un cuadro con las diferencias entre el *talk show* y el *reality show*, considerando: objetivo, conductor, invitados, público y producción.
16. Los programas de panel pueden tener varios formatos. Mencíonelos.
17. Se ha enseñado que los debates televisivos pueden ser de tres clases. Detállelos.
18. En los programas de entrevistas se deben respetar cinco consideraciones fundamentales, tanto para el entrevistador como para el entrevistado. Enúncielas.

**OCTAVA UNIDAD
DE APRENDIZAJE**

LOS ADELANTOS
TECNOLÓGICOS

Objetivo

Penetrar en el vertiginoso y fascinante mundo de los avances tecnológicos.

Sumario

- Lección N° 1: Los satélites de comunicaciones, la telefonía celular y la fibra óptica
- Lección N° 2: El ciberespacio y la internet
- Lección N° 3: La digitalización
- Lección N° 4: La televisión del futuro

LECCIÓN N° 1

SATÉLITES DE COMUNICACIONES, FIBRA ÓPTICA Y TELEFONÍA CELULAR

Objetivo

Comprender el significado y características de adelantos que facilitan la comunicación a gran distancia.

1. LOS SATÉLITES DE COMUNICACIONES

Asombrosos adelantos tecnológicos se han producido en las últimas décadas para facilitar el envío, alcance y calidad del mensaje televisivo. Uno de ellos fue el satélite de comunicaciones.

En 1965 fue lanzado por la Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (INTELSAT) el «Pájaro Madrugador» (*Early Bird*), el primer satélite operacional de comunicaciones. Este no solo superó la eficiencia de los servicios de comunicaciones mundiales ya conocidos, sino que fue el inicio de la era de las transmisiones mundiales de televisión «en vivo». Con los satélites las comunicaciones alcanzan su punto culminante en el proceso de desarrollo de emisión y recepción de señales radioeléctricas.

El satélite puede recibir señales telefónicas, telegráficas y de televisión subidas desde una estación en tierra. Luego de ampliarlas, las baja a otras estaciones que, a su turno, las envían por torres de microondas o cable coaxial hasta los usuarios finales. El satélite sustituye, para decirlo de alguna manera, a una gigantesca torre de microondas en el cielo.

Los satélites están contruidos con un sistema de celdas que transforman la energía solar en energía eléctrica, necesaria para la operatividad de sus sistemas. Están equipados con antenas parabó-

licas para la recepción de señales que vienen de tierra y que luego retransmiten en un «haz concentrado» a otros puntos del planeta.

Los satélites de comunicaciones occidentales son colocados en la llamada órbita geoestacionaria, es decir, a aproximadamente 36.000 km de distancia de la Tierra, sobre la línea del Ecuador. Por ello, a estos satélites también se les conoce como satélites geoestacionarios. En esta posición un satélite cubre la tercera parte del globo terráqueo, y tres satélites aseguran un servicio mundial.

La excepción a esta regla son algunos satélites de comunicaciones internas de la ex Unión Soviética, que viajan en órbitas elípticas para abarcar las lejanas latitudes septentrionales.

Los satélites geoestacionarios dan vuelta sobre su propio eje, a la vez que giran a la misma velocidad y en la misma dirección de la Tierra, de tal manera que parecen fijos con relación a las estaciones terrenas, lo que permite el enfoque de las antenas parabólicas en línea recta. Por ello se les conoce también como satélites sincrónicos o geosincrónicos.

En un comienzo los satélites de INTELSAT tenían hasta 24 transpondedores. Podían transmitir hasta 12 mil llamadas telefónicas simultáneamente ó 24 emisiones de televisión.

El costo de un satélite de comunicaciones varía entre 85 y 210 millones de dólares. Existen satélites de consorcios internacionales (INTELSAT, Interspunik y Agencia Espacial Europea, entre otros); satélites nacionales (los tienen Estados Unidos, la ex Unión Soviética, Canadá, Indonesia, Japón, China, India, México y Brasil); satélites privados (Panamsat); y satélites militares (para comunicaciones secretas y codificadas).

La órbita geoestacionaria permite hasta 180 satélites; es decir, un satélite cada dos grados. En la actualidad las posiciones están casi totalmente adjudicadas.

Los satélites de comunicaciones tienen una vida útil limitada, por el desgaste del combustible que requieren los cohetes estabilizadores de su ubicación (norte-sur). Hoy se aplica la técnica que permite al satélite flotar naturalmente o a la deriva en el espacio, con lo que su operatividad dura más y el costo de los servicios es menor.

A más de treinta años del inicio de la era espacial, los adelantos conseguidos en el desarrollo de esta tecnología son más significativos, y los beneficios prácticos de la utilización del espacio ultraterrestre han aumentado a pasos agigantados, sobre todo con la digitalización y compresión de las señales, que ha permitido multiplicar

la capacidad de transmisiones y lograr una calidad de imagen y sonido realmente sorprendente.

Un gran organismo mundial regula el sistema de los satélites de comunicaciones. Se trata de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

1.1. Satélites de comunicación directa

Uno de los mayores avances del satélite de comunicaciones es el denominado satélite de radiodifusión directa (SRD) para TV.

Se ha superado la era del satélite distribuidor de baja potencia, que transmite programas a través del filtro de una televisora o un sistema de cable a la del SRD, con una señal de mayor potencia que puede llegar directamente a cada hogar dotado de una pequeña antena receptora de unos 60 cm de diámetro.

Con el sistema SRD se tiene la suficiente capacidad técnica para realizar transmisiones directas al público en todo el mundo. Vale decir, una señal totalmente transnacional y libre de filtraciones. Las transmisiones no respetan los mercados existentes, las fronteras nacionales, los derechos de propiedad intelectual y artística o la estructura establecida de radiodifusión política y de poder.

En efecto, el SRD creará la máxima proximidad entre puntos remotos. La economía de los satélites de comunicaciones no es sensible a la distancia: trasciende a la geografía. El coste de transmisión consiste en el envío de la señal hacia arriba y abajo, y no en la extensión geográfica.

Aun considerando las diferencias culturales, la barrera del idioma y el alto coste del ingreso a ellos, los satélites de radiodifusión directa permiten una invasión sin cortapisas de los mercados internos tradicionales. Con un SRD todos somos vecinos de todos, con todo lo que esto implica: enriquecerse, influirse e irritarse mutuamente.

Pero aun la señal de televisión, en el ámbito universal, muestra limitaciones evidentes, debido a las normas técnicas que existen.

Hay naciones que tienen una señal de 525 líneas y otras de 625, y las normas de color son tres: la norteamericana NTCR (National Television System Committee); la anglogermana PAL (Phase Alternating Line); y la franco-rusa SECAM (Sequential Color and Memory), con algunas modificaciones nacionales.

Sin embargo, estas limitaciones ya estarían también a punto de ser superadas. La Unión Internacional de Telecomunicaciones de

Ginebra dio su respaldo a una recomendación de Estados Unidos y Japón para la adopción de nuevas normas de transmisiones.

La propuesta establece la creación de 1.125 líneas en una pantalla de televisión. De ser adoptada esta propuesta, la recepción televisiva sería casi de una calidad comparable a la de un *film* de 35 milímetros y de cuatro a cinco veces el nivel de definición de los sistemas de televisión actuales, con diez veces de mejora en la definición del color. Habrá una pantalla más ancha, parecida a las de las salas cinematográficas, y un sonido estereofónico completo. Sería, pues, una norma única en el mundo para el intercambio de programas entre todas las naciones del orbe.

Desde luego, su aplicación enfrentaría graves problemas económicos, pues todos tendrían que desmontar sus instalaciones y adquirir las nuevas.

Sin embargo, la televisión de alta definición, cuya sigla en inglés es HDTV, ha experimentado una radical modificación por el increíble adelanto tecnológico en el campo de la informática y la digitalización. Japón, que fue el primer país en desarrollar la televisión de alta definición con una inversión de 10 mil millones de dólares, lo hizo utilizando la señal analógica o señal normal. Estados Unidos, no solo la nación más poderosa sino el mejor mercado potencial, ha causado un golpe mortal a la hegemonía nipona al aprobar la señal digital, esto es, el lenguaje electrónico que rige en las computadoras.

Los experimentos realizados demostraron que la señal digital no solo era tan buena como la analógica desarrollada por los japoneses, sino que la supera en muchos aspectos complementarios, como facilidad operativa y menores costes. Estados Unidos y Europa se han comprometido rápidamente con el estándar digital, aislando a Japón.

El futuro y desarrollo de la HDTV queda ahora confiado al irrefutable poderío norteamericano en la creación de sofisticados *chips* de computadora, programas y equipamiento de redes.

2. LA FIBRA ÓPTICA

El gran desafío a los satélites de comunicación es ahora la fibra óptica; es decir, la luz que avanza por cables de fibra de vidrio de silicio puro, delgados como hilos. Transmite voces, imágenes y otras formas de información a una velocidad de varios millones de palabras por segundo.

En los últimos años las empresas de telecomunicaciones han instalado en el mundo centenares de miles de kilómetros de cables hechos de fibra óptica, que incluyen líneas submarinas que conectan los continentes. Ahora es posible transmitir el contenido de bibliotecas enteras a velocidades ilimitadas. Cuando Morse revolucionó las comunicaciones podía enviar por un alambre de cobre, mediante puntos y rayas, algunas palabras por minuto. Las fibras de vidrio pueden enviar varios millones de palabras por segundo.

En el Perú ya se han instalado miles de kilómetros de fibra óptica a lo largo del territorio nacional. Prácticamente toda la comunicación telefónica nacional se hace utilizando la fibra óptica.

Pese a que la fibra de vidrio ha obligado a bajar los costes del uso del satélite y constituye un maravilloso aporte a las comunicaciones, ha significado un retorno a las conexiones físicas, con lo que resucita los riesgos y limitaciones para su seguridad que mostraron el telégrafo y el teléfono.

3. LA TELEFONÍA CELULAR

En cuanto a las comunicaciones telefónicas, el desarrollo de la telefonía celular, que permite la comunicación directa sin necesidad de conexiones, ha abierto todo un mundo de insospechadas facilidades.

En realidad, se trata de una adaptación revolucionaria de la radiorrecepción y por ello las comunicaciones se realizan en frecuencias determinadas. El uso de los celulares ya se ha convertido en una característica del desempeño de centenares de millones de personas en el planeta. Su utilización se extiende con velocidad de vértigo. En el Perú, hasta finales de 2001 el número de abonados ascendía a casi dos millones, cifra que supera la de poseedores de telefonía fija.

Un avance de este frenético campo de la innovación tecnológica en este terreno son los teléfonos satelitales, capaces de enlazarse con cualquier punto de la Tierra mediante la utilización directa de los satélites de comunicaciones. Estos aparatos cuentan con una pequeña antena transmisora, que lanza su señal al satélite más próximo y, con ello, a la red mundial de los sistemas telefónicos del mundo.

La Guerra de Irak fue el escenario para un empleo revolucionario de la telefonía satelital con el llamado videófono, capaz de transmitir también video de cámaras conectadas al dispositivo. Este aporte tecnológico permitió lo que se ha considerado, por primera vez en la historia, la transmisión de una guerra en vivo.

LECCIÓN Nº 2

INTERNET Y EL CIBERESPACIO

Objetivo

Dominar los conceptos básicos en que se basa y con los que funciona la red de redes.

1. CÓMO NACIÓ INTERNET

En nuestros días, otro avance revolucionario en el campo de las comunicaciones es la informática y, más concretamente, el sistema internet. Aquí una breve historia.

Internet comenzó llamándose «Arpanet» durante la Guerra Fría en 1969. Fue desarrollada por el equipo de investigación del Departamento de Defensa de los Estados Unidos (DOD), en coordinación con proveedores militares y grandes universidades norteamericanas. Su objetivo era explorar la posibilidad de una comunicación en red capaz de sobrevivir a un ataque nuclear.

Con el paso del tiempo la red continuó, porque todos comprobaron que proveía una forma muy conveniente de comunicación.

Durante su primera década de existencia, internet fue usada básicamente para facilitar el correo electrónico y el acceso a bases de datos. Se generaron así los primeros grupos de discusión entre profesores, investigadores y estudiantes.

A inicios de los ochenta, todas las redes de investigación interconectadas fueron convertidas al protocolo TCP/IP (Protocolo de Control de Transferencia/Protocolo Interredes), y la arpanet se convirtió en la conexión física principal entre los principales centros de la nueva internet, que comprendía a todas las redes basadas en dicho

protocolo conectadas a la arpanet. Esta conversión a TCP/IP finalizó hacia finales de 1983. Internet había nacido.

En 1990 fue presentado un nuevo protocolo: el HTTP, protocolo de transferencia de hipertexto capaz de transmitir información gráfica vía internet. De esta manera, cualquier persona podía crear documentos con gráficos, y es así como nacen las páginas web, las que hoy forman parte de una gran red virtual de hipertexto llamada «La telaraña de extensión mundial» (World Wide Web o WWW).

En la actualidad, mucha gente utiliza el término internet para referirse a la estructura física de la red, incluyendo a las computadoras y las líneas telefónicas que las conectan. Además, se usa el término web para referirse a la colección de sitios y a la información que puede ser accedida utilizando la internet.

La nueva red, con su capacidad de transmitir gráficos y texto, audio y video, convirtió a internet en lo que hoy conocemos: una gran red de comunicación con más de doscientos millones de personas conectadas en el mundo. En el Perú, a 2002 ya eran más de tres millones y medio de internautas, y el número crece cada día.

2. EL CIBERESPACIO

Hoy la internet es una herramienta comercial poderosa, así como el canal de comunicación entre millones de personas que diariamente intercambian mensajes de correo electrónico, navegan por diferentes sitios web, realizan actividades de compraventa y, en fin, todo lo que pueda imaginarse.

Este panorama, que ya es una realidad y que ahora se conoce también como el ciberespacio, nos acerca cada vez más hacia la visión de una comunidad global interconectada en la que podamos relacionarnos sin las limitaciones del espacio físico o la distancia, y en la que el acceso a la información se lleve a cabo de manera fácil y, lo más importante, sin restricciones.

Para ser un miembro más de esta enorme cadena mundial de información solo se necesita poseer una computadora personal con módem (o acceder a una en locales públicos), una línea telefónica y la inscripción en el servicio.

LECCIÓN N° 3

LA DIGITALIZACIÓN

Objetivo

Aprender los fundamentos y la concepción revolucionaria del lenguaje binario.

1. CEROS Y UNOS

Para entender el concepto de *digital*, primero se debe comprender que cada cosa natural, incluyendo los sonidos y las imágenes que se desean grabar o transmitir, fueron originalmente *analógicas*. La segunda cosa que se debe entender es que lo analógico trabaja muy bien. De hecho, una primera generación de una grabación analógica puede ser una mejor representación de las imágenes originales que una primera generación de una grabación digital. Esto debido a que la grabación digital es una aproximación codificada de lo analógico.

Digital es un lenguaje binario representado por *ceros* (un estado de *off* o apagado y sin actividad) y de *unos* (un estado de *on* o encendido y en actividad). Debido a esto, la señal existe (*on*) o no existe (*off*). Aun con una señal débil, una transmisión digital puede proporcionar una imagen y un sonido perfectos.

2. BITS Y BYTES

Bit es una contracción de *Binary Digit* y la más pequeña unidad de información en un sistema digital. Un *bit* es un simple uno o cero. Típicamente, ocho *bits* hacen un *byte* (sin embargo, *bytes* pueden ser también de 10 *bits*, 24 *bits* ó 32 *bits*).

En un sistema de 8 *bits* hay 256 valores discrecionales. La matemática es simple: el número dos (como un binario) crece a la potencia del número de *bits*. En este caso, 2 a la potencia 8 es igual a 256. Un sistema de 10 *bits* tiene 1.024 valores discrecionales (2 a la potencia 10 igual a 1.024). Tenga en cuenta que cada *bit* adicional dobla el número de valores discrecionales.

Así es como esto trabaja, y cada *bit* en una expresión de 8 tiene un distinto valor.

1	1	1	1	1	1	1	1
<u>x 128</u>	<u>x 64</u>	<u>x 32</u>	<u>x 16</u>	<u>x 8</u>	<u>x 4</u>	<u>x 2</u>	<u>x 1</u>
128 +	64 +	32 +	16 +	8 +	4 +	2 +	1 = 255

Mientras 11111111 es el equivalente a 255, hay que tener presente que 00000000, que equivale a 0, es el primer valor, de tal manera que hay 256 valores discrecionales.

Aquí una aplicación con un ejemplo de 8 *bits*.

10100011 es equivalente a 163							
1	0	1	0	0	0	1	1
<u>x 128</u>	<u>x 64</u>	<u>x 32</u>	<u>x 16</u>	<u>x 8</u>	<u>x 4</u>	<u>x 2</u>	<u>x 1</u>
128 +	64 +	32 +	0 +	0 +	0 +	2 +	1 = 163

Los números binarios se utilizan para almacenar texto en una computadora personal, música en un disco compacto y dinero en una red bancaria de cajeros automáticos. Antes de introducir la información en una computadora, por ejemplo, tiene que convertírsela en números binarios. Se puede imaginar que cada dispositivo conecta interruptores —en respuesta a los números binarios— que controlan el flujo de electrones. Pero los interruptores implicados, que por lo general están fabricados de silicio, son extremadamente pequeños y pueden conectarse aplicándoles de forma extraordinariamente rápida cargas eléctricas para producir texto en la pantalla de una computadora personal, música en un reproductor de discos compactos y las instrucciones de un cajero automático para dispensar dinero.

Por lo expuesto, hasta ahora cualquier expresión puede representarse como número binario. A continuación se indica cómo puede manifestarse un texto como número binario.

Convencionalmente, el número 65 representa una *A*; el número 66, una *B*, etcétera. Las letras minúsculas empiezan por el número 97. En una computadora, la letra *A*, 65, se convierte en 01000001. La letra *B*, 66, se convierte en 01000010. Un espacio se representa por el número 32 ó 00100000. De esta manera, la frase «El Perú es mi patria» se convierte en esta cadena de 168 dígitos formada por ceros y unos:

01000101	01101100	00100000	01010000	01100101	01110010
01110010	01110101	00100000	01100101	01110010	00100000
01101101	01101001	00100000	01110000	01100001	01110011
01110010	01101001	01100001			

3. EL CUADRO BINARIO

En el encarte que sigue, se presenta un cuadro de números y letras (mayúsculas y minúsculas) y su equivalencia en el código ASCII (que corresponde a números universales para las computadoras) y el lenguaje binario correspondiente.

Uno de los artilugios digitales que ha gozado de mayor popularidad y que ha tenido una mayor difusión desde el momento de su aparición ha sido el reproductor de *compact disc*, los conocidos CD o discos compactos, hasta el punto de desterrar de la mayoría de los hogares el viejo tocadiscos analógico —aunque aún quedan algunos aficionados a la música que siguen prefiriendo la fidelidad analógica al sonido original, a pesar de la «suciedad» de la audición—.

Como ya se ha adelantado, en un CD no hay ninguna frecuencia sonora, solo millones de ceros y de unos. Cuando el CD se pone en el lector, este lee los números y así sabe las frecuencias del piano o de cualquiera de los instrumentos, y puede reproducirlas para obtener una música perfecta a partir de un código extraño para la música: números simplemente.

En los primeros años de este siglo ha hecho su aparición masiva el video disco digital que amenaza con poner fin a la cinta de video, especialmente al VHS.

Cuando el DVD salió a la venta, los fabricantes produjeron aparatos que solo podían reproducir discos pregrabados. Sin embargo,

los amantes del cine los compraron por millones, transformando al aparato en uno de los nuevos productos de más rápida aceptación en la historia del consumo electrónico.

Pero la promesa del DVD como reemplazo de la videocinta se veía limitada por el coste de la tecnología de grabación y las contradicciones entre sus estándares técnicos. Todo esto ya está cambiando: los costes de grabación de la tecnología DVD han caído y ya se está encarando el problema de los aparatos que graban los discos en formatos diferentes e incompatibles, según las marcas, como ocurrió en un inicio con las cintas de video en sistemas VHS y Beta.

El siguiente cuadro muestra la relación de formatos del DVD.

FORMATOS DE DVD	
Formato	Descripción
DVD-R	Un formato que permite grabar una vez, que es popular como medio de traspasar videos caseros a DVD.
DVD-RW	Un formato regrabable, es decir, que permite grabar en el DVD cuantas veces se desee.
DVD-RAM	Un formato regrabable que permite almacenar y abrir su contenido al azar, como un disco duro, muy veloz.
DVD+RW	Un formato que busca compatibilidad con el DVD-RW para acceder al mayor número de reproductores de DVD.

LECCIÓN N° 4

LA TELEVISIÓN DEL FUTURO

Objetivo

Conocer los alcances de lo que será la televisión del futuro con la digitalización y la alta definición.

1. LA TELEVISIÓN DIGITAL

En los años noventa se dio el paso definitivo para la digitalización total de la información. Si ya se había digitalizado la voz, la música y la imagen estática, a partir de esa fecha también se puede transmitir en *bits* la imagen en movimiento. En el panorama de las telecomunicaciones aparece la televisión digital.

Se utiliza el mismo principio que para transmitir la voz o la música, pero, al igual que ocurría en el caso de la transmisión analógica de frecuencias visuales, la complejidad para llevarlo a la práctica es extraordinariamente mayor. La cantidad de *bits* que se necesitan para transmitir información sonora es relativamente pequeña. Con unos cuantos miles de *bits* por segundo se pueden reproducir perfectamente frecuencias sonoras comprendidas entre 0 y 4.000 hercios por segundo. En cambio, para transmitir televisión la cantidad de *bits* que es necesario enviar por segundo resulta una cifra escalofriante: una pantalla de televisión tiene 525 líneas horizontales y 1.000 líneas verticales útiles.

Teniendo en cuenta que hay más líneas que las útiles, y que, además, hay que transmitir el sonido, podemos hacer los cálculos aceptando que la pantalla es un cuadrado de 1.000 x 1.000 puntos de luz. Cada imagen que ofrece la pantalla está formada por un millón de

puntos de luz. Para que la retina reciba una impresión de movimiento, la imagen tiene que cambiar sesenta veces por segundo; por lo tanto, cada segundo hay que emitir $60 \times 1'000.000$ de puntos de luz, cada con unas características determinadas —puede tener luz o no, y si la tiene esta puede tener más o menos intensidad; puede ser verde, roja o amarilla, etcétera—.

Si la información mínima que es necesario enviar sobre cada punto fuera solo de 20 *bits*, serían 20.000 millones de *bits* los que habría que enviar cada segundo del emisor al receptor. Este inmenso volumen de información era lo que dificultaba la digitalización de la televisión.

Pero este obstáculo se ha podido salvar gracias fundamentalmente a dos factores. En primer lugar, por el aumento del ancho de la banda —la capacidad de pasar información a través de un canal determinado— de los medios de transmisión, y por la aparición de la fibra óptica, que tiene un ancho de banda que hace posible que pueda circular información de mucha densidad, de muchos *bits* por segundo. Y, en segundo lugar, por la posibilidad de simplificar la información que se envía, de comprimir el mensaje digital del sonido y de la imagen para evitar repeticiones innecesarias.

La compresión digital requiere unos mecanismos de emisión y recepción «inteligentes». La inteligencia ya no se encuentra solo en el emisor, como en la televisión analógica.

Un aparato de televisión digital no es un elemento pasivo que recibe una imagen y la envía a la pantalla. Lo que hace es recibir una serie de datos que no tienen nada que ver con una imagen (como sucede en los lectores de CD respecto de la música).

Un televisor digital ya no es un receptor de televisión; es una computadora que recibe información sobre los puntos luminosos de la pantalla, además de una serie de datos sobre el comportamiento y las características de estos puntos, a partir de los cuales elabora las imágenes y las reproduce en la pantalla. Para procesar toda esa información tiene que ser una computadora de gran potencia, apta para tratar la señal de video, y con una gran capacidad de memoria.

La reducción de los costes de las memorias y de los microprocesadores está permitiendo la expansión de la televisión digital que, de lo contrario, y dado el número de millones de *bits* que necesita, costaría mucho más que un televisor analógico, un lujo que ni el usuario ni el mercado se pueden permitir.

La televisión digital, ya sea a través del cable o vía satélite, será la televisión del siglo XXI. Se calcula que el número de abonados a la televisión por cable se triplicará, y que el número de canales de televisión se multiplicará por diez.

2. TELEVISIÓN DE ALTA DEFINICIÓN

Es común confundir la televisión digital con la televisión de alta definición, dos conceptos que no tienen nada que ver entre sí. La televisión de alta definición consiste en que, en lugar de las 525 ó 625 líneas horizontales de barrido, su pantalla tiene más de mil, es decir, el doble. Y sus dimensiones son de 16 por 9, en vez de 4 por 3, de las pantallas convencionales.

La alta definición puede ser analógica o digital, pero es posible entender la complejidad de su digitalización calculando el número de *bits* necesarios para su funcionamiento a partir de los números que se han utilizado en la referencia a la televisión digital.

La televisión del futuro será digital, y también será de alta definición, aunque la presencia de esta última en el mercado se retrase — como se ha señalado — por un tiempo, a la espera de una reducción de costes en la fabricación de pantallas planas de plasma o de cristal líquido de grandes dimensiones. Esas pantallas podrán colgarse de las paredes como cuadros o pinturas, y el televidente tendrá la sensación de hallarse en una sala cinematográfica para apreciar imágenes de la mejor calidad y con un sonido envolvente y perfecto.

GLOSARIO

En el mundo tecnológico algunos términos se usan profesionalmente en inglés y mantienen su procedencia anglosajona.

ASCII	<i>American Standard Code for Information Interchange.</i> Estándar americano de código para el intercambio de información. El estándar normal es de 128 caracteres, pero existe también un modo extendido con 256 caracteres. Formato en que se guardan los archivos de texto para que los puedan usar distintas computadoras y programas sin que surjan problemas de incompatibilidad.
Bit	<i>Binary Digit.</i> El más pequeño elemento de la memoria de una computadora.
Bitmap	Un formato de imagen integrado por una colección de puntos o <i>píxeles</i> dispuestos en hileras.
Byte	Ocho <i>bits</i> . Con un <i>byte</i> se muestra un carácter (letra, número). El lenguaje es binario, es decir, en ceros y en unos.
CD	Discos compactos digitalizados.
Espacio orbital	Las posiciones orbitales para los satélites con la finalidad de eliminar interferencias. En principio, cada posición está a 2 grados una de otra.
Estación terrena	Una estación terrestre que establece un enlace con un satélite. Algunas estaciones terrenas transmiten y reciben señales; otras solo las reciben.
FCC	Agencia federal de los Estados Unidos que otorga licencias de operación y que supervisa el quehacer de las estaciones transmisoras de ese país.
HDTV	<i>High-Definition Television.</i> Un nuevo estándar de televisión que puede tener casi la calidad de un <i>film</i> (más de mil líneas de definición). Un televisor con HDTV tiene proporciones 16:9 en ancho y altura, respectivamente, en lugar del 4:3 de los aparatos convencionales. Se ha desarrollado tanto en la configuración analógica como digital.
Image compression	Métodos para reducir el volumen de información de los <i>files</i> de imagen y video digitales.
INMARSAT	<i>International Maritime Satellite Organization.</i> Una organización internacional que extiende la comunicación satelital a los barcos en el mar y en otros remotos sitios.

INTELSAT	<i>International Telecommunications Satellite Organization.</i> El más grande y antiguo consorcio internacional para la operación satelital. El Perú es socio del consorcio.
Internet	La red de redes, a veces denominada simplemente «la Red», es la suma del entramado mundial de páginas web, más una amplia gama de servicios y posibilidades. Aunque nació con fines militares como arpanet, actualmente es un vehículo universal de intercambio de información en constante expansión.
MHZ	Abreviatura de megahercio, un millón de ciclos por segundo. Es la unidad de medida de los procesadores de las computadoras.
NTCR	<i>National Television Standard Committee.</i> Una norma de color creada en 1951, usando 525 líneas e imágenes de sesenta campos (ciclos) por segundo. Se aplica en norte, centro y muchos países de Sudamérica, así como en el Japón.
Órbita geoestacionaria	Una órbita deseable para un satélite de comunicaciones, situada a un poco más de 36 mil kilómetros de altura, sobre la línea ecuatorial. El movimiento del satélite está sincronizado con la rotación de la Tierra y aparenta estar estacionario, lo que facilita los enlaces con las estaciones terrenas.
PAL	<i>Phase Alternation Line.</i> Norma de color desarrollada en Alemania usando 625 líneas y cincuenta campos (ciclos) por segundo. Es la norma predominante en Europa.
Píxel	<i>Picture element.</i> Son los elementos más pequeños de una imagen en un monitor.
Resolución	El número de píxeles que puede ser exhibido en un monitor, horizontal y verticalmente. Cuanto mayor es la resolución, mayores detalles pueden ser apreciados.
Satélite activo	Un satélite equipado para recibir señales y retransmitirlas a tierra.
Scrambling	El procedimiento mediante el cual la señal de un satélite es modificada para que no pueda ser captada si no se dispone de un decodificador que devuelve la señal a su estado original.
SECAM	<i>Sequential Couleur a Memoire.</i> Sistema de color usado en Francia y Europa Oriental, desarrollado sobre la base del sistema PAL con 625 líneas y cuenta ciclos por segundo.

SRD

Satélite de Radiodifusión Directa. Nueva generación de satélites con la potencia y capacidad suficientes para transmitir directamente a los hogares, dotados de una pequeña antena parabólica.

Telepuerto

El lugar donde están instaladas varias antenas para transmitir y recibir señales de los satélites.

Transpondedor

El corazón del sistema de comunicaciones del satélite que actúa como una repetidora en el cielo. También se llama así a la capacidad de recibir varios canales desde tierra. Los satélites de las primeras generaciones tenían 24 transpondedores o canales para señales de televisión.

UIT

Unión Internacional de Telecomunicaciones. Organismo mundial que regula el sistema de frecuencias en el planeta.

Videófono

Un teléfono satelital capaz de enviar, además de la voz humana, imágenes de cámaras conectadas al dispositivo.

CUESTIONARIO DE REVISIÓN

1. ¿Con qué satélite se inició la era de las comunicaciones por esa vía?
2. Explique a qué se llama satélites geoestacionarios.
3. Describa cuáles son las características principales de los satélites de radio-difusión directa (SRD).
4. Precise qué significan las normas televisivas de color y qué países son sus originarios.
5. Describa la fibra óptica.
6. ¿Por qué se dice que los teléfonos celulares han registrado un crecimiento vertiginoso en el Perú y en el mundo?
7. Explique cuál fue el origen de internet.
8. Para poder ingresar al sistema de internet se requieren tres elementos. Indíquelos.
9. La digitalización en las comunicaciones constituye un gran avance. Explique en qué consiste el lenguaje digital.
10. En el mundo de la informática los elementos básicos son el *bit* y el *byte*. Detalle en qué consisten.
11. Escriba su nombre utilizando el lenguaje binario. Acuda al cuadro que se proporciona en el curso.
12. Uno de los artilugios digitales que goza de gran aceptación son los CD. Describa cómo se registra su contenido.
13. Se afirma que para transmitir una señal digitalizada de televisión se requiere de una cifra escalofriante de *bits*. Explíquelo poniendo como ejemplo una pantalla con 525 líneas horizontales y 1 000 líneas verticales.
14. Una de las manifestaciones de la televisión del futuro será la de alta definición. Describa en qué consiste.

BIBLIOGRAFÍA

A continuación se da una amplia relación de obras que se pueden consultar para ampliar aspectos, tanto periodísticos como tecnológicos, de los temas tratados en estas lecciones. Reiteramos lo precisado en la introducción: gran parte de lo expuesto en estas páginas se ha basado en un pragmático aprovechamiento de la experiencia de decena de años del autor en las lides periodísticas, en especial en el campo televisivo. En esta última gestión pudo ingresar al fabuloso mundo de la revolución tecnológica que ha transformado las comunicaciones humanas. Es posible que más de un concepto básico expuesto en estas lecciones no se halle en estos libros, ya que el autor ha implantado su propia concepción de algunos temas. Es un aporte en la enseñanza del periodismo.

AGENCIA EFE

1986 *Manual de español urgente*. Madrid: Ediciones Cátedra.

ALEGRÍA, Alonso

1988 *O.A.X. Crónica de la radio en el Perú*. Lima: RPP.

ARMAÑANZA, Emy, Javier DÍAZ y Koldo MESO

1996 *El periodismo electrónico: Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Editorial Ariel.

ARMENTIA VIZUETA, José Ignacio

2000 *El diario digital*. Barcelona: Editorial Bosch.

BADDELEY, Hugo

1973 *The Technique of Documentary Production*. Londres: Focal Press.

BAGET, José

1965 *TV: Un arte nuevo*. Madrid: RIALP.

BALSEBRE, Armand, Manuel MATEU y David VIDAL

1998 *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Madrid: Ediciones Cátedra.

- BARRET, Edward
1968 *Reportaje a la realidad*. Buenos Aires: Editorial Troquel.
- BARROSO, Jaime
1989 *Proceso de la información de actualidad en televisión*. Madrid: IORTV.
1992 *Técnicas de realización de reportajes y documentales para TV*. Madrid: IORTV.
- BASTENIER, Miguel Ángel
2001 *El blanco móvil*. Madrid: Ediciones El País.
- BATEMAN, Robert
1963 *TV Reporter*. Londres: Brockhampton Press.
- BECK, A.H.W.
1971 *Palabras y ondas*. Madrid: Guadarrama.
- BENITES, José
1981 *Cómo hacer periodismo en radio y TV*. Lima: Causachum.
- BERNHART, J.
1967 *La iluminación en TV*. Madrid: Servicio de Formación TVE.
- BITTNER, John
1986 *Mass Communication. An Introduction*. New Jersey: Prentice Hall.
1999 *Mass Communication*. Boston: Allyn and Bacon.
- BOND, F. Frazer
1959 *Introducción al periodismo*. Buenos Aires: Editorial Ágora.
- BORDEN, George
1982 *La comunicación humana*. Buenos Aires: El Ateneo.
- BRODBECK, Irv
1968 *Movie and Videotape Special Effects*. Filadelfia: Chilton Book Company.
- BROUGHTON, Irv
1985 *El cine y la televisión: Productores en acción*. México: Ediciones Prisma.
- BROWNE, Steven
1989 *El montaje de la cinta de video*. Madrid: OIRTV.
- CARPIO, Santiago
1998 *Producción audiovisual*. Lima: Editorial Universidad de Lima.
- CASTELLS, Manuel
1998 *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- CBS NEWS
1968 *Técnicas de las noticias en TV*. México: Trillas.

- CEBRIÁN, Juan Luis
1998 *La Red*. Madrid: Taurus.
- CEBRIÁN, Mariano
1992 *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Sociedad-Universidad.
1996 *Introducción al lenguaje de la televisión*. Madrid: Pirámide.
- COBLENTZ, Edmond
1958 *Los periodistas hablan*. Buenos Aires: Ágora.
- COLUMBIA UNIVERSITY
1991 *Media Studies, Journal*. New York: The Freedom Forum Media Studies Center.
- COMPARATO, Doc
1993 *De la creación al guión*. Madrid: IORTV.
- DEL RÍO REYNAGA, Julio
1978 *El reportaje*. Quito: Editorial Época.
- DIMANT, Abel
1981 *Manual de estilo y referencia*. Nueva York: UPI.
- DONAHUE, Phil
1979 *Donahue: My Own Story*. Nueva York: Simon and Schuster.
- DWIGGNS, Don
1970 *Voces en el firmamento*. México: Editorial Diana.
1972 *Historia de los satélites de comunicaciones*. México: Troquel.
- ECO LATINOAMÉRICA
1997 *Manual de técnica y estilo*. Miami: s.e.
- EMMOTT, Stephen
1995 *Information Superhighways*. San Diego: Academic Press.
- EPHRON, Nora
1968 *And Now... Here's Johnny*. Nueva York: Avon Books.
- ESTREMADOYRO, Julio
2000 *Periodismo de televisión*. Lima: Centro de Documentos de la USMP.
2000 *La revolución tecnológica y el desarrollo de la comunicación humana*. Lima, investigación para la UNMSM.
- FANG, Irving
1977 *Noticias por televisión*. Buenos Aires: Ediciones Marymar.
- FERNÁNDEZ HERRERA, Luis Ángel
1997 *En.Red.Ando*. Madrid: Ediciones Grupo Zeta.
- FORO INTERNACIONAL
1998 *Comunicación, globalización y nuevas tecnologías*. Madrid: s.e.

- FOX, William
1987 *Writing the News: Print Journalism in the Electronic Age*. Nueva York: Hastings House.
- FRATINI, Éric y Montse QUESADA
1994 *La entrevista. El arte y la ciencia*. Madrid: Eudema.
- FREUND, Gustav
1985 *Photography and Society*. Boston: David Godine.
- FUENZALIDA, V.
1985 *Educación para la comunicación televisiva*. Santiago de Chile: CENCA.
- FULLER, Jack
1995 *News Values. Ideas for an Information Age*. Chicago: Universidad de Chicago Press.
- GARGUREVICH, Juan
1987 *Nuevo manual de periodismo*. Lima: Causachum.
1987 *Prensa, radio y TV. Historia crítica*. Lima: Editorial Horizonte.
- GATES, Bill
1995 *Camino al futuro*. Nueva York: McGraw Hill.
1999 *Los negocios en la era digital*. Barcelona: Plaza & Janés Editores.
- GELATT, Richard
1977 *The Fabulous Phonograph: 1877-1977*. Nueva York: Macmillan.
- GONZALES LONGORIA, Silvia Lidia
1998 *El ejercicio del periodismo*. México: Trillas UDEM.
- HILLS, George
1983 *Los informativos en radiotelevisión*. Madrid: IORTV.
- HOHENBERG, John
1962 *El periodista profesional*. Nueva York: Holt, Rinehart y Winston.
- HOLLAND, Patricia
1997 *The Television Handbook*. Londres: Routledge.
- INICTEL
1998 *Taller de producción de programas de TV*. Lima: INICTEL.
- INICTEL/USIS
1989 *Seminario sobre producción y contenido periodístico de noticieros de televisión*. Lima: INICTEL/USIS.
- JOHNSON, Stanley
1970 *El reportero profesional*. México: Trillas.
- JOYANES, Luis
1997 *Cibersociedad*. Barcelona: Editorial Ariel.

KALBA BOWEN ASSOCIATES

- 1980 *Direct Broadcast Satellites: Preliminary Assessment of Prospects and Policy Issues*. Washington: National Association of Broadcasters.

LANG, Kurt

- 1968 *Politics & Television*. Chicago: Quadrangle Books.

LARA, Juan

- 1999 *Reporteo virtual*. Madrid: Nación Digital.

LEVINE, I.E.

- 1965 *Ottmar Mergenthaler: El mago de la imprenta*. Buenos Aires: Plaza & Janés.

LEWIS, Carolyn Diana

- 1994 *El reportaje por televisión*. México: Publigráficos.

LEWIS, Colby

- 1970 *Técnica del director de TV*. México: Editorial Pax.

LÓPEZ GARRIDO, Diego

- 1989 *La crisis de las telecomunicaciones*. Madrid: Fundesco.

MAJO, Juan

- 1998 *Chips, cables y poder*. Barcelona: Planeta.

MANRIQUE, Nelson

- 1997 *El mundo virtual*. Lima: Fondo Editorial de la PUCP.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis

- 1986 *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre.
1998 *El ocaso del periodismo*. Madrid: CIMS.

MASCELLI, Joseph

- 1998 *Cinco principios básicos de la cinematografía*. Barcelona: Bosch Casam Editorial.

MAY, Matheus

- 1980 *The Birth of Mass Culture and the Motion Picture Industry*. Nueva York: Oxford University Press.

MCLUHAN, Marshal

- 1963 *La aldea global*. México: Editorial Gedisa.
1964 *Understanding Media*. Nueva York: McGraw Hill.

MILLERSON, Gerald

- 1990 *La técnica de la producción televisiva*. Londres: Focal Press.
1996 *Técnicas de realización y producción en TV*. Madrid: IORTV.

MIRABITO, Michael y Bárbara MORGENSTERN

- 2001 *The New Communications Technologies*. Oxford: Focal Press.

- MORRIS, Joe Alex
1955 *Deadline Every Minute*. Nueva York: Doubleday & Company.
- NAMBA
1984 *Guía del reportero*. Madrid: IORTV.
- NEGROPONTE, Nicholas
2000 *El mundo digital*. Madrid: Biblioteca de Bolsillo.
- NEWMAN, John
1956 *Periodismo radiofónico*. México: s.e.
- NUEVA ENCICLOPEDIA TEMÁTICA
1967 *Nueva Enciclopedia Temática*, t. 6. México: Editorial Richards.
- PARKER, Norton
1968 *Audiovisual Script Writing*. Nueva Jersey: Rutgers University Press.
- PÉREZ-LUQUE, María José y Mainer PEREA FORONDA
1999 *El reto de crear noticias online*. Navarra: Universidad de Navarra.
- PISCITELLI, Alejandro
1995 *Ciberculturas: En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós.
- PLECY, A.
1968 *Gramática elemental de la imagen*. París: Estienne.
- PORTER, Philip
1943 *El reportero y las noticias*. La Habana: Habana Cultural.
1943 *Manual del periodista*. La Habana: Habana Cultural.
- RABIGER, Michael
1989 *Dirección de documentales*. Madrid: IORTV.
- RAIMONDO, Mario
1983 *The Technique of the Motion Picture Camera*. Nueva York: Hastings House Publishers.
- RAMONET, Ignacio
1993 *La golosina visual*. México: Ediciones Gili.
- RANZ ABAD, Jesús
1997 *Breve historia de internet*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.
- READ, William
1976 *Mercaderes de la comunicación*. México: s.e.
- REDDICK, Randy y Elliot KING
1996 *The Online Student. Making the Grade on the Internet*. Filadelfia: Hancock Brace College Publishers.

- REVA, Basch
1998 *Investigación en internet*. Barcelona: Editorial Norma.
- REYES MATTA, F.
1987 *Periodismo independiente: Mito o realidad*. Santiago de Chile: ILET.
- RIFKIN, Jeremy
1998 *La era del acceso*. México: Ediciones Gili.
- RIVERS, William
1973 *Responsabilidad y comunicación de masas*. Buenos Aires: Troquel.
- ROGLAN, Manuel
1996 *Televisión y lenguaje*. Barcelona: Ariel.
- ROJAS, Gonzalo
1997 *Tecnología de la ilusión*. Lima: Editorial USMP.
- ROSENTHAL, Alan
1990 *Writing Docudrama: Dramatizing Reality for Film and TV*. Londres: Focal Press.
- SÁEZ, José Luis
1986 *En el lugar del hecho*. Quito: CIESPAL.
- SÁNCHEZ, Rafael
1971 *Montaje cinematográfico: Arte de movimiento*. Santiago de Chile: Editorial Pomaire.
- SARTORI, Giovanni
1999 *Homo Videns*. Buenos Aires: Taurus.
- SCHONBRUN, David
1989 *On and Off the Air*. Nueva York: E.P. Dunton.
- SHARDIN, Nikita
2000 *Machismo y reality show*. Lima: Ediciones San Marcos.
- SILBERGLED, Michael
1999 *The Guide to Digital Television*. Nueva York: Miller Freeman.
- SOLARINO, Carlo
1993 *Cómo hacer televisión*. Madrid: Cátedra.
- SOLÍS, Jesús
1993 *El camarógrafo en la noticia*. Lima: Nova Print.
- SOLÓRZANO, Luis
1990 *Sistemas de TV*. Lima: CONCYTEC.
- SPOTTISWOODE, Raymond
1968 *Film and his Techniques*. Los Ángeles: University of California Press.

STASHEFF, Edward

1968 *The Television Program. Its Direction and Production*. Nueva York: Hill and Wang.

SUAREE, Octavio de la

1944 *Manual de psicología aplicada al periodismo*. La Habana: Habana Cultural.

TAMAYO SAN ROMÁN, Augusto

1997 *Teoría y práctica del guión de ficción*. Lima: Editorial Universidad de Lima.

TAPSCOTT, Don

1998 *Growing Up Digital*. Nueva York: McGraw-Hill.

TOFLER, Alvin

1970 *Future Shock*. Nueva York: Random House.

UNIVERSIDAD CATÓLICA

2001 Seminario Aula Magna 2001: «El Perú ante la Sociedad de la Información». Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

2000 Seminario «La vigencia del periodismo escrito». Lima: Universidad de San Martín de Porres.

1999 Seminario internacional «La Televisión Rumbo al Tercer Milenio». Lima: Universidad de San Martín de Porres.

VACA, John

1997 *Los secretos de la seguridad en internet*. México: Ediciones Anaya Multimedia.

VÍLCHEZ, Lorenzo

1988 *La lectura de la imagen*. Barcelona: Paidós Comunicación.

WATKINSON

1992 *El arte del video digital*. Madrid: OIRTVE.

WELLS, Robert

1970 *Las maravillas de la comunicación electrónica*. Buenos Aires: Plaza & Janés.

WHITE, Gordon

1992 *Técnicas del video*. Madrid: IORTVE.

WHITTEMORE, Hank

1990 *CNN: The Inside Story*. Boston: s.e.

WILKIE, Bernard

1968 *The Technique of Special Effects in Television*. Nueva York: Hasting House.

- WILLIAMS, Frederick
1992 *The Communication Revolution*. Beverly Hills: Sage Publications.
- WILLIAMSON, Daniel
1977 *Técnica y arte de la nota periodística*. Buenos Aires: s.e.
- WOOD, William A.
1969 *Periodismo electrónico*. México: Editorial Letras S.A.
- WYLIE, Max
1970 *Writing for Television*. Chicago: Henry Regnery Company.
- YORKE, Ivor
1991 *La técnica de las noticias por TV*. Londres: Focal Press.
1994 *Principios básicos del reportaje televisivo*. Madrid: IORTV.
- YOUNG, Freddie
1972 *The Work of the Motion Picture Cameraman*. Nueva York: Hastings House Publishers.
- ZETTL, Tom
1968 *Television Production Handbook*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.

ANEXOS

PROGRAMAS ESPECIALES

Muchas veces la televisión tiene que realizar transmisiones periódicas excepcionales, que se hacen en oportunidades singulares. Estas emisiones tienen sus propias características, técnicas y complejidades. A continuación, los detalles de algunas de esas transmisiones extraordinarias de la televisión.

TRANSMISIÓN DIRECTA DE DESFILES

El objeto de una transmisión directa de los desfiles es trasladar y ubicar al televidente en el lugar de observación preferencial de los hechos. Es decir, ponerlo prácticamente en una de las mejores tribunas. De ahí que la producción debe cuidar que la transmisión no confunda y desconcierte con tomas y detalles que no tengan presente esa realidad de la ubicación del televidente. En una transmisión de fútbol es más comprensible la situación.

La transmisión, si bien es una compleja operación técnica, debe tener el comando del personal periodístico, capaz de determinar el valor informativo y descriptivo de las imágenes y los audios.

Una de las virtudes más difíciles de alcanzar es la claridad y propiedad de todos los detalles de la transmisión, para lo cual todos los que participan en la operación deben estar perfectamente coordinados y conscientes de lo que se persigue.

PRINCIPIOS POR TENER EN CUENTA

1. Periodísticos

- La narración debe tener su correspondencia en las imágenes. Para ello los conductores del programa deben observar permanentemente sus monitores.

- La narración debe ser muy informativa, coloquial y sencilla, cuidando de hacer las pausas indispensables para permitir que el audio ambiental se escuche en los momentos que se justifiquen periodísticamente.
- Las tomas deben obedecer a criterios fundamentalmente periodísticos.
- Las cámaras deben estar ubicadas en el lugar más privilegiado del punto de vista noticioso. Es decir, captar el paso de los batallones ante la tribuna oficial.

2. Técnicos

- Se debe respetar la estricta continuidad de la acción (aproximación, pase ante la tribuna oficial, alejamiento de la tribuna).
- Se debe respetar en todo momento el eje de la acción.
- Se debe captar con toda nitidez el audio de las bandas y la reacción del público.
- Se debe evitar la reiteración de tomas.
- Mostrar la aproximación de los contingentes en tomas panorámicas desde un ángulo alto, luego planos generales del paso ante las tribunas, para seguir con tiros medios y terminar con tomas cerradas del público o de los desfilantes.
- Las tomas deben tener una duración mínima de tres segundos, para permitir a los televidentes observar debidamente los detalles.
- Evitar las tomas muertas, como los espacios que quedan entre los diferentes elementos de una formación.
- Se debe tener una cámara siempre dispuesta para las tomas de las tribunas del público o de otros detalles que servirán de tomas de nexo.

PROGRAMA DE ELECCIONES

Sin duda, uno de los retos más grandes de la televisión es la cobertura en un día de elecciones políticas, especialmente de las presidenciales. El país entero está acostumbrado, desde hace tres décadas, a que la televisión no solo informe sobre los sucesos del día sino que también proporcione, a pocas horas de terminados los escrutinios, los resultados extraoficiales. La ciudadanía y los políticos aceptan las cifras que serán confirmadas oficialmente, con ligerísimas diferencias, días después.

En consecuencia, los canales de televisión tienen tal responsabilidad que para enfrentarla ponen al servicio de su programa electoral todos sus recursos humanos, tecnológicos y logísticos. Casi siempre, la televisión intenta una realización cada vez más impactante y espectacular, fomentándose una intensa competencia sin cuartel.

La etapa de preparación de un programa electoral demanda meses. Comprende seis aspectos fundamentales:

1. Periodístico.
2. Informático (encuestas).
3. Producción.
4. Técnico.
5. Logístico.
6. Administrativo.

Desde luego, toda la operación debe estar a cargo de un periodista de gran autoridad y responsabilidad, porque en esencia se trata de un programa informativo, por más complejidades que muestre.

Son programas de gran duración que han demandado, a veces, más de 24 horas de transmisión ininterrumpida. Pero, de acuerdo con lo experimentado en los últimos procesos, si no hay inconvenientes significativos, pueden durar unas 15 horas. Los programas comienzan a las 8:00 horas y pueden concluir, con los resultados y reacciones fundamentales, antes de la medianoche.

El éxito de estos programas depende de su vertiginoso dinamismo, muchas veces consecuencia de decisiones que se toman en cada momento, ante las muchas situaciones inesperadas y no planeadas. Se basa también en la coordinada labor de los centenares de profesionales de varias especialidades que intervienen en la transmisión.

Las tareas que se cumplen ese día pueden ser descritas así:

a) Noticiosa: Desde el comienzo del programa hasta el cierre de las mesas electorales. Aspecto fundamental de estas horas es la votación de los candidatos, con sus infaltable declaraciones.

b) Informática: Arranca con el clásico *flash* —con los resultados principales— que se lanza espectacularmente en cuanto se cierran las mesas de votación, y continúa con la exhibición de los numerosos cuadros estadísticos de las proyecciones basadas en los *exit poll* o encuestas conocidas también como a *boca de urna* (versión de los electores a la salida de los locales de votación), que las firmas especializadas realizan durante varias horas en la mañana y primeras horas de la tarde, en las principales ciudades del país.

c) *Noticiosa*: Se inicia con las reacciones a los primeros resultados electorales extraoficiales, tanto de los protagonistas como de grupos de panelistas en los estudios.

d) *Informática*: Comienza cuando ya las encuestadoras hacen sus proyecciones basadas en resultados reales obtenidos en un universo de mesas representativo de la masa electoral. Estos resultados son más precisos y confiables, y casi siempre muestran diferencias con las primeras proyecciones.

e) *Noticiosa*: Por lo general, cobertura de las manifestaciones de los partidarios de los candidatos ganadores y reconocimientos y felicitaciones de los perdedores.

A continuación, las directivas dadas en un programa de elecciones al personal periodístico.

DIRECTIVAS PERIODÍSTICAS PARA LAS ELECCIONES

Estas directivas persiguen fijar algunas pautas básicas para el desempeño del personal periodístico en el proceso electoral en ciernes. En especial, tratan de recomendar normas para el comportamiento de reporteros, camarógrafos y editores el día mismo de las elecciones.

Características básicas

1. La cobertura electoral es una de las pruebas más delicadas para verificar la capacidad y competitividad periodísticas de un canal de televisión.
2. Es un operativo que trasciende largamente las preocupaciones periodísticas, ya que abarca a todas las áreas de la empresa, que tienen que ponerse a su servicio. Más aún: requiere también el concurso poderoso e importantísimo de organizaciones dedicadas a las encuestas y el soporte informático especializado.
3. El objetivo principal de toda la labor debe ser tratar de conseguir la mejor información, con la mayor rapidez posible. Esto último es preponderantemente decisivo en un programa electoral.

Reporteros

1. Actuar en todo momento con el mayor afán competitivo posible. Es decir, no ceder un milímetro de ventaja a la competencia y

esforzarse por superarla en la cobertura de las misiones encomendadas. Desempeñarse sin complejos ante la posible mayor experiencia y recursos de los otros canales.

2. Ser conscientes de que el mejor esfuerzo a veces pierde toda su eficiencia si no es aprovechado en el menor tiempo posible; en otras palabras, si la información lograda no llega con la mayor rapidez al centro de operaciones para su difusión inmediata. Para ello se debe: a) resolver en el mismo lugar del suceso la información correspondiente, mediante la técnica del informe directo; b) preocuparse de enviar sin pérdida de tiempo el material correspondiente, con el video bien identificado y pauteado en su aspectos principales; c) mantener una comunicación constante y fluida con la mesa de comando que se establezca para adelantar las noticias logradas, precisar el momento de los envíos y solicitar instrucciones y nuevos destinos.
3. Ir, en ciertos casos o situaciones, más allá de la cobertura periódica confiada. Para ello: a) establecer buenas y estrechas relaciones con personas y entidades para lograr el dato o adelanto exclusivos; b) comprometer las entrevistas o presencias exclusivas en los estudios en los momentos más decisivos del programa o, en el peor de los casos, impedir que la competencia lo logre, mediante el seguimiento tenaz que asegure la presencia de las cámaras en los lugares debidos. Para esto se debe pedir, si es necesario, el refuerzo de personal y equipos; c) para los reporteros que trabajen con unidades móviles debe ser una preocupación permanente lograr que los personajes sostengan conversaciones directas con los conductores del programa, para lo que deben conseguir la aceptación de los audífonos correspondientes.
4. Participar con el entusiasmo y decisión suficientes para superar las innumerables dificultades que sin duda se presentarán. Pero, al mismo tiempo, estar plenamente convencidos de que después de las elecciones se habrá adquirido tan invaluable experiencia que en adelante cada uno será un mejor profesional.

Camarógrafos

1. Preocuparse en todo momento de cumplir su labor con el criterio de *edición en el campo*. Es decir, pensar que el material que se grabe debe estar hecho de tal forma que podría ser lanzado al aire, tal como se grabó, sin requerir un proceso de edición. Para

- ello: a) cuidar de hacer las tomas esenciales, sin repeticiones injustificadas; b) no descuidar la cámara para impedir tomas involuntarias o «muertas».
2. Estar animados de la firme decisión de no ceder ante la competencia; si es necesario, pelear firmemente para conseguir las mejores ubicaciones. Con toda seguridad, habrá situaciones muy difíciles para cumplir debidamente las tareas.
 3. Trabajar más que nunca en estrecha y colaboradora coordinación con el reportero. Pensar que en una labor al *ritmo electoral*, en el que el material casi no debe pasar por una edición para no perder tiempo en su lanzamiento, toda grabación tiene que ser producto del trabajo de equipo.
 4. Tener presente que la imagen es el lenguaje de la televisión, por lo que les cabe a los camarógrafos un papel muy importante en el impacto informativo. Hay que esforzarse al máximo para responder a esa gran responsabilidad.

Editores

1. Estar dominados por el criterio imperioso de la rapidez. En un programa electoral los cierres son cada minuto. En consecuencia, todo material que entre en una isla de edición debe ser trabajado con la mayor urgencia y brevedad posibles. Si los equipos de búsqueda trabajan de acuerdo con estas directivas, la labor se verá grandemente facilitada.
2. Poner el mayor esmero no solo en los aspectos técnicos sino también en los periodísticos para destacarlos debidamente, en especial cuando se trate del material de los corresponsales que, salvo excepciones, no se resuelven con la eficiencia de las notas de la capital.

TRES ETAPAS EN 32 AÑOS EN LA TELEVISIÓN

A continuación, algunos episodios vividos en la trayectoria profesional del autor en el periodismo televisivo.

EXPERIENCIAS Y TESTIMONIOS DE TRES DÉCADAS

(Fragmento inicial de un artículo publicado en la revista *Pensamiento y Cultura* de San Marcos en el año 2001)

A fines de diciembre de 1965, después de haber trabajado diez años en el periodismo escrito —*La Prensa y Correo*— fui invitado por Genaro Delgado Parker para reemplazar a Alfonso Tealdo en la dirección del noticiero *El Panamericano*. Alfonso, cuya capacidad y talento periodísticos nadie ponía en duda, faltaba con gran frecuencia a sus obligaciones por sus costumbres bohemias. Acepté temporalmente, solo por los tres meses de vacaciones escolares. En esa época ya tenía decidido consagrarme a la educación, profesión que había estudiado en San Marcos.

Al cumplirse el plazo acordado acudí a la oficina de Genaro, quien era uno de los propietarios y Gerente General del canal 5. Le agradecí haberme confiado la dirección del noticiero más importante de la televisión, aunque si la comparamos con lo que se haría años después, era una tarea bastante elemental. Recuerdo que Genaro se sorprendió y me dijo: «No, Julio, usted no se va de Panamericana. ¿Quiere un aumento?... Dígame cuánto».

En realidad, el canal me pagaba muy buen sueldo, mucho más de lo que podría ganar jamás como profesor. Fueron tan convincentes sus diversos argumentos que, finalmente, decidí continuar en Panamericana y reducir al mínimo mi actividad docente. Actividad que después tendría que dejar del todo por las agotadoras exigencias del trabajo televisivo. En pocas palabras: ingresé a la televisión solo por tres meses y me quedé 32 años.

Cuando inicié mis labores en la televisión, no sabía casi nada del nuevo medio. Nadie enseñaba tal especialidad. Lo que inicialmente me favoreció fue mi severa formación profesional en el periodismo escrito, formación que logró desarrollar en mí un aceptable «sentido de la noticia», cualidad básica y esencial de nuestra profesión. También me sirvió mi convicción acerca del necesario cumplimiento de las responsabilidades y compromisos asumidos.

Con el tiempo me fui entrenando y adecuando a «pensar en imágenes», característica suprema del lenguaje televisivo, que lo hace muy diferente del lenguaje del periodismo escrito o radial. Mi posterior experiencia confirmó que si no se domina esa característica no se puede tener éxito en la televisión. Muchos colegas destacadísimos en los otros lenguajes fracasaron en el mundo de las cámaras, las luces y los micrófonos porque nunca pudieron «pensar en imágenes».

Una de mis primeras lecciones la recibí del mismo Genaro Delgado cuando me llamó a su oficina para hacerme observaciones sobre el noticiero. Sus comentarios fueron tan diversos como minuciosos. Recuerdo uno: «La mayoría de los televidentes ven las imágenes en televisores pequeños. Si los camarógrafos apelan a planos muy abiertos en sus tomas, los personajes y los detalles no se podrán apreciar debidamente. Conclusión: hay que evitar esos planos y utilizar más los medios y cerrados, para que los detalles puedan ser presentados convenientemente. Es la diferencia de la televisión con el cine, que utiliza pantallas de gran tamaño en las salas de exhibición».

Cuando ingresé en la televisión, la cobertura informativa utilizaba cámaras cinematográficas de 16 mm, menos de la mitad de las cámaras del cine profesional. Eran cámaras adaptadas para el reporterismo televisivo, compactas y operativas. Las primeras fueron silentes, funcionaban a cuerda y con carretes para filmar solo dos minutos y medio. Posteriormente vendrían cámaras más grandes para filmaciones sonoras, con chasis pesados que permitían labores de hasta 11 minutos. Pero estas cámaras trajeron un problema técnico: el uso de baterías pesadas cuya capacidad energética era limitada o que requerían de la conexión a la corriente eléctrica que solo se podía hacer en interiores. Otro problema grave y costoso era el procesado de la película en un laboratorio. En el mejor de los casos, una filmación estaba lista para su montaje o edición luego de dos horas. Además, la película no podía ser reutilizada, e iba a incrementar el archivo filmico.

Ahora se podrá entender qué significó la invención del *videotape* en los años setenta. Con las cámaras electrónicas conectadas a caseteras se podía tener las imágenes de los sucesos listas para su difusión inmediata, pues no requerían ser procesadas por ningún laboratorio. Más aún: el *videocasete* podía ser reutilizado tantas veces lo permitiera la resistencia de la cinta; a veces más de un mes con uso diario. La invención del video fue para la televisión lo que el *jet* para la aviación a hélice. A los camarógrafos formados en la época de la película no les fue nada fácil adaptarse a la nueva y revolucionaria tecnología. Especialmente, aprovecharla en toda su magnitud, como la posibilidad de grabar el sonido ambiental o natural permanentemente.

Recuerdo una experiencia singular en este aspecto de la introducción del *videotape* al periodismo televisivo. Fue en una visita a la poderosa cadena CBS de Nueva York en 1975. Era un viernes por la tarde. Me asignaron como anfitrión a un periodista de gran autoridad y veteranía. Se trataba de John Little, cuyo tamaño desmentía su nombre, pues era un gringo gigantesco. Luego de presenciar la emisión del noticiero más famoso de Estados Unidos —con Walter Cronkite, su conductor y director—, John me invitó a tomar unos tragos en el bar de la esquina, lugar de cita obligatoria de los periodistas de la cadena para relajarse luego de una semana agitada.

Cuando la conversación sobre el periodismo se puso más interesante, John me invitó a acompañarlo de regreso al edificio de la CBS. Me condujo por largos pasadizos hasta llegar a una puerta que abrió con las llaves que portaba. Lo que vi fue sorprendente: se trataba de la primera isla de edición para *videotape*. Era un proyecto desarrollado en secreto entre la CBS y la Sony de Japón. El asunto tenía todas las características de experimental. Pronto, el sistema se vendería a todas las televisoras del mundo. Gracias a mi amigo John Little tuve el privilegio de ser una de las primeras personas en conocer lo que sería una transformación completa en los sistemas del tratamiento de la imagen y sonido. En el Perú, con el video llegó también el color a los noticieros, en correspondencia con la nueva tecnología que implantaron los canales de televisión a comienzos de los ochenta.

El primer debate

Un hito de mis primeros años en la televisión fue la promoción y organización del primer debate político televisivo. Fue durante la contienda municipal entre Jorge Grieve, apoyado por el APRA y el

odriísmo, y Luis Bedoya Reyes, respaldado por Acción Popular y el Partido Demócrata Cristiano. No fue fácil convencer a Jorge Grieve, un ingeniero muy prestigioso pero que no lucía las mejores condiciones de polemista. Al comienzo Grieve rechazó la posibilidad del debate, pero fueron nuestra insistencia y argumentos los que finalmente lo persuadieron. Por supuesto, Bedoya estaba encantado, seguro de su talento como expositor y polemista.

Esta primera experiencia nos enseñó que fijar las reglas del debate era muy importante, al igual que la designación del moderador. Propusimos a un gran periodista deportivo, Rodolfo Espinar, que era Presidente de la Federación de Periodistas. Le encargamos que estableciera las reglas de la polémica, que fueron aceptadas por ambos contendientes. Otra preocupación fue el lugar del debate. Nos decidimos por la Sala Alzedo, que acababa de ser inaugurada y tenía la mejor de las acústicas. Se trataba de un recinto pequeño, al cual no podía ingresar mucha gente.

La transmisión del debate fue otro asunto importante. Nosotros queríamos la exclusividad para Panamericana, pero Grieve exigió que todos los canales tuvieran acceso a la sala, lo cual aceptamos. En realidad, «otros canales» se refería únicamente al canal 4. Casi el 90 por ciento de los televidentes siguieron el evento por Panamericana.

Bedoya fue el que más impactó, aunque Grieve expuso planes muy interesantes para el desarrollo de la ciudad. Pero en los debates no siempre gana el que tiene los mejores proyectos, sino el que luce mejor oratoria. Favorito antes del debate, Bedoya fue reelegido.

La era de los satélites

A fines de los años sesenta, los satélites artificiales fueron el motivo de asombro en las comunicaciones. Iniciaron una nueva era en el alcance universal de la información. Por mi ubicación en Panamericana, viví maravillosas experiencias en este campo. Una de ellas fue la de asistir a una reunión internacional en México para el uso de los satélites de comunicaciones. A esa cita acudió el doctor Harold Rosen, inventor de la serie de satélites Intelsat. Recuerdo que dijo —en respuesta a algunos escépticos— que un satélite de comunicaciones era como una gigantesca torre de microondas de 36 mil kilómetros de altura, imposible de ser sabotada. Algunos países, como México, padecían en esa época las acciones destructoras de grupos extremistas.

Como culminación de dicha reunión se fundó la Organización de la Televisión Iberoamericana (OTI), para la utilización preferente de las transmisiones vía satélite entre sus miembros, representarnos en los congresos mundiales y en la compra de los derechos de los grandes eventos, como los Campeonatos Mundiales de Fútbol y las Olimpiadas. Me correspondió ser fundador de esa poderosa entidad, formada por las más importantes empresas televisivas iberoamericanas.

EL PRIMER SERVICIO DE NOTICIAS VÍA SATÉLITE

Informe hecho por el autor en el marco de la Asamblea General de la OTI y el SIN realizada en Lima en 1989, con la asistencia de decenas de delegados de América, España y Portugal.

En mayo de 1971 se reunieron en Madrid periodistas de televisión de América Latina. Acudieron a una cita convocada por la televisión española. Su objetivo: hacer realidad un intercambio permanente y diario de noticias vía satélite entre América y Europa.

Ya se habían realizado dos congresos para estudiar las posibilidades de la comunicación a través de los todavía no muy conocidos satélites. Madrid (1969) y Santiago de Chile (1970) habían sido las sedes. En Santiago se consideró la posibilidad de crear el primer servicio de noticias vía satélite del mundo.

Hasta 1971 las noticias internacionales eran recibidas por las televisoras días después de ocurridos los sucesos. Eran proporcionadas por agencias mundiales, generalmente norteamericanas y británicas. Llegaban a los países por avión y en películas, ya sea desde Nueva York o desde Londres, donde las agencias habían establecido gigantescos laboratorios y sofisticados sistemas de distribución.

Esta situación no iba a durar mucho tiempo más, gracias a dos adelantos asombrosos: el satélite de comunicaciones y la grabadora de cintas videográficas. El primero permitía la transmisión noticiosa a las pocas horas de ocurridos los sucesos, sin importar el lugar de la Tierra; y, a veces, en el mismo momento de la ocurrencia. La segunda hacía posible que las imágenes vía satélite fueran registradas en cintas que luego podían utilizarse en los espacios periodísticos.

Es decir, un servicio de noticias vía satélite no hubiera podido ser realidad si, complementariamente, no se hubiera inventado y desarrollado la cinta videográfica.

Por eso, en mayo de 1971 los periodistas reunidos en Madrid pudieron establecer, gracias a las bases del avance tecnológico, un osado procedimiento experimental que sería la base del Servicio Iberoamericano de Noticias (SIN), el primero en el mundo en unir diariamente dos continentes vía satélite.

Se estableció que consistiría en un intercambio de noticias entre cada país de Latinoamérica y España. Este último sería la «puerta» de entrada al intercambio que ya tenían los países europeos, mediante el empleo de las microondas, con alcance hasta las naciones de la órbita socialista.

El servicio propiamente dicho se transmitiría desde Madrid y tendría una duración diaria de diez minutos. Su contenido: a) aportes de los países latinoamericanos que se transmitirían a Madrid horas antes para ser incorporados al servicio; b) material de intercambio de las televisoras europeas, asociadas a la UER (Unión Europea de Radiotelecomunicaciones); c) material del intercambio de la UER con Intervision (la red de los países socialistas); d) material que las agencias de noticias ponían a disposición de la UER.

Cada país latinoamericano pagaría el segmento diario de bajada del satélite Intelsat IV sobre el Atlántico. España pagaría para todos el segmento o «pierna» de subida.

Si un país latinoamericano fuera «origen», es decir, transmitiera una noticia, pagaría el segmento de subida y España el de la bajada.

En sus comienzos, pese a ser un intercambio sin costos específicos por el servicio en sí, el SIN resultó muy caro comparado con la adquisición de los servicios tradicionales de las grandes agencias. Las empresas nacionales que administran las comunicaciones vía satélite exigían tarifas casi usureras. En el Perú, Entel cobraba 450 dólares diarios por los primeros diez minutos y 26 dólares por cada minuto adicional. En otros países las tarifas eran mayores. En realidad, Entelperú pagaba al Intelsat solo 7 dólares por minuto de utilización del satélite.

Este factor de costes hizo que algunos países latinoamericanos se retiraran del servicio o que, en el mejor de los casos, no aportaran noticias debido al gasto adicional de cada transmisión. El Perú estuvo fuera del servicio diez años, pese a haber sido el más destacado en sus comienzos y a que el representante del canal 5 era el Presidente el Grupo Latinoamericano.

En 1986 el Perú volvió al SIN, por medio de Panamericana Televisión. Ayudaron a esto las nuevas tarifas de Entelperú para trans-

misiones periodísticas. Ahora cobra solo cuatro dólares por minuto, vale decir, ni la décima parte de lo que cobraba en 1971. Lo que indica, por otra parte, que también Intelsat ha bajado sus tarifas para hacer frente a la competencia creciente de satélites nacionales y de otras organizaciones.

Otro factor que al comienzo jugó en contra del SIN fue el de las grandes agencias de noticias, que desde un primer momento vieron este intercambio como un peligro de muerte para sus costosas organizaciones, en especial para sus laboratorios de películas y sistemas mundiales de corresponsales y despacho. Temían que países de África y Asia pudieran hacer lo mismo, como en efecto ocurriría años después.

Sin duda, esas agencias eran eficientes en la cobertura noticiosa y sus aportes resultaban necesarios en el flujo informativo del SIN. Pero las televisoras latinoamericanas, con algunas excepciones, no podían afrontar el doble gasto del satélite y de las agencias. Respecto de este último, lo más costoso era el material filmico que remitian a cada cliente, a lo que se sumaban los gastos del flete aéreo y la aduana.

Panamericana fue la primera televisora en lograr un acuerdo con una poderosa agencia para rebajar costes. Logró que UPITN de Londres cobrara solo quinientos dólares mensuales por los derechos a sus noticias que transmitiera el SIN. En otras palabras, Panamericana no estaría obligada a comprar el costoso material filmico, ya que lo mejor lo recibiría vía satélite por el SIN. Esto fue una verdadera innovación en este tipo de acuerdos. Las otras agencias se resistieron algunos años, pero la fórmula terminó por imponerse.

Las grandes agencias de noticias se han amoldado a la nueva realidad del satélite. A tal extremo, que en la actualidad son orígenes de servicios noticiosos entre los continentes. Con ello han desmantelado sus inmensos laboratorios y complicados sistemas de despacho y distribución.

Y no solo las grandes agencias. Desde 1986 también televisoras estatales francesas venden simbólicamente un servicio diario vía satélite. Y en setiembre de 1987, USIS (Servicio Informativo del Departamento de Estado Norteamericano) comenzó a transmitir, vía satélite, un servicio noticioso diario que reciben, con sus propias antenas, las embajadas de cada país. Este material es ofrecido sin costo alguno a las televisoras latinoamericanas. Los propósitos son obvios: dar la versión propia de los sucesos.

Todo este gigantesco y universalmente difundido empleo de la vía satélite en la difusión noticiosa tuvo su primer paso histórico en esa reunión de periodistas latinoamericanos y españoles en mayo de 1971 en Madrid. Fueron esos periodistas los que iniciaron, con la formación del SIN, hace 16 años, una verdadera revolución en el campo de la comunicación informativa. Fueron los pioneros de lo que es ahora una realidad categórica.

CADENA SUR: UNA ALTERNATIVA

(Exposición hecha a nombre de la televisión peruana en el tercer encuentro de directores periodísticos de televisión de Sudamérica, para la creación de un sistema de intercambio de noticias vía satélite. La cita fue organizada en febrero de 1994, en Quito, por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina [CIESPAL] y la Fundación Friedrich Ebert [FES]).

Cuando me inicié en el periodismo televisivo, hace 29 años —antes había trabajado diez años en el periodismo escrito—, solo contábamos para las imágenes internacionales con unos envíos bisemanales por vía aérea de filmaciones noticiosas de CBS News. Se comprenderá que las notas se daban con varios días de atraso.

En 1971, con la formación del SIN, pudimos contar con imágenes diarias de los principales sucesos, gracias al empleo del satélite de comunicaciones. El SIN fue el primer intercambio de noticias entre dos continentes, en el desarrollo de las comunicaciones vía satélite, aunque solo por diez minutos diarios. Sin embargo, por lo menos en el Perú, por los costes en el pago del satélite, este servicio fue suspendido. Poco después la Televisión Española transmitió su programación completa a través de un transpondedor alquilado en un Intelsat, con una señal captable por antenas de hasta cinco metros.

Luego, con la aplicación de los satélites para las comunicaciones nacionales, pudimos recibir noticieros de Brasil, Colombia, Venezuela y Argentina. Y luego, en 1988, con el lanzamiento del Panamsat, el canal 7 de Chile, Telefé de Argentina, CNN de Estados Unidos y ECO de México.

En Panamericana Televisión estuvimos preparados para enfrentar el reto de los satélites de comunicaciones. Fuimos los primeros en instalar antenas propias y utilizar el Panamsat para nuestras co-

municaciones nacionales. Fue una dura batalla contra el monopolio de Entelperú.

Nuestros noticieros enriquecieron mucho su información internacional, y en un sentido nunca antes visto: ya no eran las grandes transnacionales de la información las que nos proporcionaban las informaciones, con el énfasis que ellas ponen a las noticias que interesan mayormente a los países poderosos. Ya teníamos la oportunidad de proporcionar a los televidentes peruanos las noticias de las naciones latinoamericanas en versión de sus propios periodistas, no de extranjeros.

Creación de SUR

Esta fue la inspiración para crear la Cadena SUR. Es decir, posibilitar que los nacionales de otros países latinoamericanos pudieran tener la versión propia de los sucesos de cada país.

SUR ofrece un promedio diario de 17 horas de periodismo, a través de noticieros de nueve países y muchos programas de ampliación y profundización. No requiere de una labor de producción propia, solo de un sistema operativo intenso para las bajadas y subidas de cinco satélites.

Pero la fuerza informativa y singular de SUR radica fundamentalmente en la transmisión en vivo de los grandes acontecimientos latinoamericanos, sin límites de tiempo en el uso del satélite. Para ello, se suspende la programación habitual para dedicar todas las horas necesarias al suceso. Y esto es posible porque SUR tiene su propio transponedor en el Panamsat las 24 horas del día, los 365 días del año. Y, por lo tanto, no hay que hacer reservas de satélites, con tiempos limitados y con el riesgo de no tener acceso en los horarios requeridos.

Coberturas amplias dignas de mención en los últimos meses: los intentos golpistas en Venezuela; la crisis de Collor de Mello en Brasil; la captura de Abimael Guzmán en el Perú; el enjuiciamiento de Carlos Andrés Pérez en Venezuela; la muerte de Escobar en Colombia; procesos electorales en Argentina, Venezuela y Chile; asunción del mando de Rafael Caldera en Venezuela. Los televidentes de América pudieron presenciar los sucesos como los apreciaron los nacionales de cada país. Y hasta la poderosa CNN utilizó nuestras imágenes por la inmediatez de la información.

SUR como servicio informativo

Cada departamento informativo de los canales de televisión latinoamericanos puede utilizar el contenido noticioso de la señal de SUR para la conformación de sus informativos, tal como lo hace Panamericana y ya lo están haciendo canales de otros países.

Aquí tenemos un ejemplo concreto de cómo el noticiero *24 Horas* del Perú utilizó el material de la Cadena SUR en su edición del 2 de febrero.

Los que hemos padecido la angustia de editar noticieros sabemos que cada día se requiere de material numeroso, variado y, sobre todo, impactante y de actualidad.

Y las empresas requieren que ese material no represente gastos excesivos y que sea obtenido con la mayor rapidez y simplicidad posibles.

SUR responde en buena medida a esas condiciones.

Hay que precisar que la Cadena SUR no fue creada para servir de fuente noticiosa a canales de televisión. Su existencia está basada, fundamentalmente, en el hecho de ser un canal de cable. Ha sido la realidad operativa la que ha hecho posible la alternativa de su utilización como un gran servicio informativo.

El contenido noticioso nacional u originado por los canales integrantes de SUR puede ser aprovechado íntegramente. El material extranjero, proporcionado por otras fuentes informativas, puede también ser utilizado, siempre que se tenga acuerdos de derechos con esas fuentes. Aun en este caso, SUR representa un considerable ahorro en el gasto de la captación de esas fuentes.

Para que SUR sea un servicio tradicional requeriría, tal vez, de una coordinación permanente durante muchas horas para prever los contenidos noticiosos y la comunicación de esos anticipos a todos los clientes. Esto, indudablemente, representaría un mayor coste, que se tendría que cubrir de alguna manera.

En realidad, la CNN ha demostrado en la práctica que para utilizar las noticias de una cadena solo hay que estar atentos al despliegue informativo, sin coordinaciones previas ni adelantos. Las agencias noticiosas, de las que son clientes todos los canales, sirven para subsanar el anticipo de los contenidos noticiosos de gran trascendencia.

La señal de SUR está digitalizada y comprimida en el transpondedor 18A del Panamsat y puede ser captada nítidamente por antenas

de siete metros, con el correspondiente y difundido CLI. También existe la alternativa de su recepción en un sistema de cable que cuente con la programación de SUR.

Las cadenas y canales integrantes de la Cadena SUR pueden utilizar el material informativo, sin coste alguno. Los que no lo son tendrían que llegar a un acuerdo contractual para los derechos correspondientes con la Oficina Central de SUR en Miami. Hay que precisar que el coste es poco significativo en comparación con lo que se paga por los servicios internacionales.

RECOMENDACIONES DE PERIODISTAS NOTABLES

Tres eminentes periodistas han precisado las normas que deben guiar la práctica de la profesión.

EL DODECÁLOGO DE CAMILO JOSÉ CELA

Camilo José Cela, fallecido Premio Nobel de Literatura 1989, fue periodista durante más de medio siglo. Para Cela, el periodista ha de partir de los siguientes supuestos para el buen ejercicio de la profesión:

- I. Decir lo que acontece, no lo que quisiera que aconteciese o lo que imagina que aconteció.
- II. Decir la verdad anteponiéndola a cualquier otra consideración y recordando siempre que la mentira no es noticia y, aunque por tal fuere tomada, no es rentable.
- III. Ser tan objetivo como un espejo plano; la manipulación y aun la mera visión espectacular y deliberadamente monstruosa de la imagen o la idea expresada con la palabra cabe no más que a la literatura y jamás al periodismo.
- IV. Callar antes que deformar; el periodismo no es ni el carnaval, ni la cámara de los horrores, ni el museo de figuras de cera.
- V. Ser independiente en su criterio y no entrar en el juego político inmediato.
- VI. Aspirar al entendimiento intelectual y no al presentimiento visceral de los sucesos y las situaciones.
- VII. Funcionar acorde con su empresa quiere decir con la línea editorial, ya que un diario ha de ser una unidad de conducta y de expresión y no una suma de parcialidades.
- VIII. Resistir toda suerte de presiones: morales, sociales, religiosas, políticas, familiares, económicas, sindicales, etcétera, incluidas las de la propia empresa.

- IX. Recordar en todo momento que el periodista no es el eje de nada sino el eco de todo.
- X. Huir de la voz propia y escribir siempre con la máxima sencillez y corrección posibles y un total respeto por la lengua.
- XI. Conservar el más firme y honesto orgullo profesional a todo trance y, manteniendo siempre los debidos respetos, no inclinarse ante nadie.
- XII. No ensayar la delación, ni dar pábulo a la murmuración ni ejercitar jamás la adulación; al delator se le paga con desprecio y con la calderilla del fondo de reptiles; al murmurador se le acaba cayendo la lengua, y al adulador se le premia con una cicatera y despectiva palmadita en la espalda.

EL PERIODISTA

¿Qué es lo que hace efectivo a un periodista? Creo que las siguientes son algunas de las cualidades que debería tener:

1. Una mente abierta, un deseo de aprender, y la convicción de que las cosas no son siempre lo que parecen ser.
2. Una creencia en la dignidad humana, y compasión por aquellos a quienes el mundo a menudo abrumba con indignidades.
3. Una alta estima por la riqueza del lenguaje y una avidez por aprender su apropiado uso.
4. Una apreciación acerca de los conflictos y complejidades de la vida moderna, y la comprensión de que a menudo no pueden ser reconciliados.
5. Una comprensión de que incluso las personas mejor intencionadas cometen errores, y la disposición —muy rara entre los periodistas— a admitir los propios errores.
6. Una capacidad para sostener duras, prolongadas e irregulares horas de trabajo.
7. Una permanente preocupación por la justicia.
8. Una dedicación a la verdad.
9. Un sentido del humor.

OSBORN ELLIOT

Ex Decano de la Escuela de Periodismo,
Universidad de Columbia

UN BUEN REPORTERO

Esta es la imagen de un hombre.

Se mueve rápida y reposadamente. Pregunta temas específicos, anticipa sucesos, acciones y reacciones cuando es posible hacerlo.

Conoce las noticias del día, lee cuidadosamente los periódicos y las revistas, escucha la radio y ve los noticieros de televisión para mantener sus conocimientos al día.

Es educado y culto.

Averigua no solamente lo que pasó, sino también por qué sucedió y qué puede esperarse que ocurra luego.

Es diligente sin ser un entrometido, agudo sin ser ofensivo, influyente sin ser hombre de confianza de nadie, perceptivo sin ser adivino, solícito sin ser pedante, escéptico sin ser cínico, minucioso sin ser un taquígrafo, cuidadoso sin ser indeciso, determinado sin ser discutidor, de buenas maneras sin ser un portero.

Él hace mucho más que dar las noticias.

El periodismo no sería su profesión si fuera un simple captador de noticias. Es una fuerza primaria en nuestra vida diaria, una fuerza que transmite, explica y algunas veces origina un flujo mundial de sucesos e ideas de actualidad.

Ejercita una amplia e incalculable influencia sobre la gente dentro del alcance de su comunicación.

No es un semidiós. Es su reportero favorito.

JOHN HOHENBERG

Autor del libro *El periodista profesional*

CONSEJOS VALIOSOS

El escritor tiene que estar seguro de que en sus oraciones no hay repeticiones ni vaguedades; de que no hay interrupciones, entre paréntesis, de su visión como un todo.

MARK TWAIN

Periodista y escritor estadounidense

Use sentencias cortas. Use primer párrafo corto. Use idioma vigoroso no olvidando la suavidad. Sea positivo, no negativo.

ERNEST HEMINGWAY

Periodista y escritor norteamericano
Premio Nobel de Literatura 1954

Sobre el uso de adjetivos a un nuevo reportero: «Joven, cuando usted escriba una oración use un sujeto, un verbo y un complemento o predicado. Si usa un adjetivo, debe pedir mi permiso».

GEORGES CLEMENCEU

Periodista y político francés

- Exprésate brevemente, empleando las palabras estrictamente necesarias para que así lo lean.
- Con mucha claridad y sencillez, usando términos simples, comunes y corrientes, de uso diario, para que así lo entiendan.
- En forma pintoresca y graciosa, para que lo recuerden y comenten.
- Con mucha veracidad y honestidad, para que se guíen con esa luz.

JOSEPH PULITZER

Periodista norteamericano
Instituyó el premio que lleva su nombre

Este libro se terminó de
imprimir en los talleres de
Gráfica Delvi S.R.L.
Av. Petit Thouars 2009 - Lince
en el mes de Mayo de 2004



Colección Textos Universitarios
Serie Ciencias y Artes de la Comunicación
Periodismo

